

Nouvel élan
gastronomique
aux Étangs
de Corot

Immoparts
augmente son
portefeuille
Louvre Hotels

Peut-on
faire payer
le verre d'eau
au bar ?

Le Festival
d'Avignon a
stimulé l'activité
du secteur

23 août 2012
N° 3304

L'Hôtellerie Restauration

ANNONCES
CLASSÉES
P. 6

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



Trudy Rautio, nouveau p.-d.g.
du groupe Carlson. p. 2

Tendance p. 3

Les Français cèdent à la burger mania

The NPD Group, société internationale d'études marketing, vient de dévoiler sa dernière étude sur les tendances de consommation en restauration commerciale en France et en Europe. Les résultats mettent notamment en lumière l'explosion de la consommation des burgers au restaurant en France, avec une progression de 17 % sur l'année 2011. Les Français consomment aujourd'hui 14 burgers par an et par habitant en restauration commerciale, se plaçant ainsi en seconde position en Europe, derrière les Anglais (17 burgers). "La grande nouveauté vient de la propension du burger à sortir du périmètre de la restauration rapide et du fast-food, explique Christine Tartanson, directrice de la division Foodservice chez



NPD Group. Ce mouvement, initié par les grands chefs étoilés qui se sont emparés du burger et ont créé leurs recettes originales, a aussi inspiré l'ensemble de la restauration à table." Autre raison de ce succès : le prix, souvent très attractif, auquel il est proposé.

Le burger séduit tout autant les jeunes, les familles et les actifs.

LHR Emploi
LE SALON EMPLOI DES PROFESSIONNELS
de L'Hôtellerie Restauration

Réservez votre stand
au 01 45 48 64 64

JEUDI 27 SEPTEMBRE 2012
de 9 h à 18 h

AU CENTQUATRE
104 RUE D'AUBERVILLIERS - PARIS 19^e

Plus d'informations sur www.lhr-emploi.fr

Voie étroite

Inutile de se voiler la face ou de se mettre la tête dans le sable : la conjoncture économique de la zone euro, et donc de la France, est considérablement dégradée depuis plusieurs mois et les raisons d'espérer une reprise rapide ne sont pas légion.

Cette situation impose notamment aux pouvoirs publics des principales économies concernées une politique de rigueur qui ne veut certes pas dire son nom mais qui n'en est pas moins obligatoire face à une dure réalité qui se compose de ralentissement d'activité, de chômage, de baisse du pouvoir d'achat, de fermetures d'usines et bien évidemment de fortes et légitimes inquiétudes de l'opinion publique.

Or, le Gouvernement français, plus soucieux d'idéologie que de pragmatisme, a engagé son mandat en annonçant une série de mesures - notamment fiscales - plus susceptibles de contracter une activité déjà bien faible que de créer une salutaire relance.

Et malgré les dénégations officielles de toute hausse de fiscalité indirecte au nom de la défense du pouvoir d'achat, louable intention il est vrai, il n'est pas irréaliste de songer à des 'ajustements' (le mot passe mieux que 'hausse') catégoriels comme l'ont fait d'autres gouvernements confrontés à la gestion de leurs finances publiques.

C'est le sens de la mission confiée à **Thomas Thévenoud**, député de Saône-et-Loire chargé par la Commission des finances de l'Assemblée nationale d'une réflexion sur l'avenir de la TVA. Et il n'est pas besoin d'être dans les secrets de Bercy pour songer que les activités soumises à un taux dérogatoire seront bien évidemment examinées avec le plus grand soin par les parlementaires désireux d'aider le Gouvernement à mettre de l'ordre dans ses dépenses, la solution la plus simpliste étant bien évidemment d'augmenter les recettes.

Certes, les représentants des organisations professionnelles ont de très bons arguments à faire valoir pour continuer à travailler avec un taux de TVA à 7 %. Ils ont eu l'occasion d'en expliciter toutes les raisons et les bienfaits lors de leurs rencontres estivales avec la représentation nationale. Il n'empêche que la voie reste étroite, et la vigilance plus impérieuse que jamais. **L. H.**

En bref

Disparition de Patrick Ricard, président de Pernod Ricard

C'est avec une grande tristesse que nous avons appris le décès brutal de Patrick Ricard, président de Pernod Ricard, des suites d'un malaise cardiaque vendredi 17 août. Il était âgé de 67 ans et était à la tête du groupe depuis trente-quatre ans. Il avait su transformer la société fondée par son père Paul Ricard en numéro deux mondial des spiritueux. L'Hôtellerie Restauration présente ses plus sincères condoléances à sa famille et ses proches.

Inscriptions pour les concours de la Foire de Dijon

Dans le cadre de la 82^e Foire internationale et gastronomique de Dijon, se tiendra le traditionnel concours interrégional des jeunes espoirs le 8 novembre 2012. Organisé par l'Amicale des cuisiniers de la Côte-d'Or, il est ouvert aux jeunes professionnels de 18 à 26 ans.

Les concurrents devront réaliser deux préparations pour 6 personnes : une entrée à base de cabillaud et un plat avec du râble de lapin et deux garnitures. Pour recevoir le règlement du concours et le bulletin d'inscription (à retourner avant le 15 octobre), adressez-vous à **Alban Deschamps**, 18 bd de l'Université, 21000 Dijon. Tél. : 09 52 31 34 79 (après 18 heures) ou 06 32 33 98 97. E-mail : deschamps.alban@yahoo.fr

L'Umih Lourdes et la CPIH sonnent l'alerte

La situation économique de l'hôtellerie à Lourdes inquiète. Selon LaDepêche.fr, **Pascal Chardonnet**, président départemental de la CPIH, et **Benoît Castérot**, président de l'Umih Lourdes, estiment qu'il "pourrait bien y avoir des fermetures d'établissements". Benoît Castérot dénonce notamment les pratiques commerciales de "tirage de prix vers le bas", qui touchent majoritairement la pension de groupe. Principale cause de cette politique tarifaire agressive : la crise, qui frappe durement les pèlerins italiens, espagnols et anglais. "Certaines agences de voyages débarquent tous les jours dans nos hôtels, discutent le prix [...] jusqu'à pratiquer l'intimidation, le chantage, uniquement parce qu'ils ont des groupes de plus en plus désargentés à placer", ajoute Benoît Castérot. Pascal Chardonnet a ainsi relevé des prix de pension complète à 21 € : "Il faut que cela cesse."

La plus célèbre route de France

La Turbie Une plaque apposée devant le restaurant 2 étoiles de **Bruno Cirino** ravive le souvenir de la route de légende.

L'Hostellerie Jérôme fait revivre la Nationale 7



Bruno et Marion Cirino lors de l'inauguration de la plaque Nationale 7.

Nationale 7 ! Une chanson célèbre les grandes vacances, un itinéraire jalonné d'étapes gourmandes entre Paris et la Côte d'Azur, la descente vers la Méditerranée... La pose d'une plaque à l'entrée de l'Hostellerie Jérôme, l'établissement 2 étoiles Michelin de **Marion** et **Bruno Cirino**, à La Turbie, ravive ces souvenirs et marque le retour vers une époque où voyageurs et amateurs de bonnes tables empruntaient cette route mythique. La plaque Nationale 7 est illustrée par une borne kilométrique dévoilée par

Nicolas Bassani, maire de La Turbie (06), **Gilbert Bouchet**, maire de Tain-L'Hermitage et président-fondateur de l'association Aire N7, et **Éric Doré**, directeur général du comité régional de tourisme Côte d'Azur, aux côtés de Marion et Bruno Cirino.

UNE "GASTRONOMIE DU PRODUIT"

Cette plaque symbolise la plus célèbre route de France et quelques-unes de ses étapes gastronomiques : Roanne, Lyon, Valence, Vienne, Pont-de-l'Isère, Tain-L'Hermitage, Avignon, Cannes, Nice... L'association réunit 50 communes, de

Nogent à Menton. Bruno Cirino, comme **Anne-Sophie Pic**, est membre du conseil d'orientation d'Aire N7 et premier chef étoilé partenaire. "Cette plaque réactualise des valeurs qui nous sont chères : le temps et l'art de vivre, l'accueil dans des maisons d'hospitalité, le regain d'une gastronomie du produit, la défense des régions, le terroir et le patrimoine", dit Marion Cirino.

JACQUES GANTIÉ

Hostellerie Jérôme

• 20 rue Comte de Cessole
• 06320 La Turbie
• Tél. : 04 92 41 51 51

Carlson choisit Trudy Rautio pour remplacer Hubert Joly à sa tête

Le groupe Carlson vient d'annoncer la nomination de **Trudy Rautio** au poste de président-directeur général, en remplacement d'**Hubert Joly**, démissionnaire. La candidature de Trudy Rautio - présente dans le groupe depuis quinze ans et qui a été pendant les huit dernières années vice-présidente exécutive et directrice financière et administrative de Carlson - a été approuvée par le conseil d'administration du groupe. Elle sera donc



Trudy Rautio, nouveau p.-d.g. du groupe Carlson.

la seconde femme président-directeur général chez Carlson après **Marilyn Carlson Nelson** et la cinquième personne à occuper ce poste depuis la création de Carlson - la deuxième à ne pas appartenir à la famille -, il y a soixante-quatorze ans. Pour la famille propriétaire, Trudy Rautio est la mieux placée pour continuer à porter le projet de Carlson Ambition 2015 initié par Hubert Joly. Ce dernier a été nommé président du groupe Best Buy Co.



Grâce à une offre renouvelée

La consommation de burgers a augmenté de 17 % dans l'Hexagone entre 2010 et 2011.

Les Français cèdent à la **burger mania**

The NPD Group, société internationale d'études marketing, vient de dévoiler sa dernière étude sur les tendances de consommation en restauration commerciale en France et en Europe. Les résultats mettent notamment en lumière l'explosion de la consommation des burgers au restaurant en France, avec une progression de 17 % rien que sur l'année 2011. Aujourd'hui, les Français consomment 14 burgers par an et par habitant en restauration commerciale, soit au moins un burger par mois. L'étude NPD Group révèle que les consommateurs français dégustent ainsi trois fois plus souvent un burger qu'un steak ou que tout autre plat à base de bœuf, des mets pourtant habituellement présents sur les cartes des restaurateurs.

La consommation de burgers en France a progressé de 3 % en restauration commerciale entre 2010 et 2011, alors que les commandes de bœuf y ont diminué de 2 %.

Les Français se placent ainsi en seconde position des plus grands amateurs de burgers en Europe, derrière les Anglais qui consomment en moyenne 17 burgers par an et par habitant en restauration commerciale. "Le développement des burgers en France a bien évidemment été porté par la restauration rapide alors que ce circuit a su proposer une offre élargie et souvent renouvelée, tout en mettant en avant de nouvelles recettes. Chacun a ainsi pu trouver son burger. Mais la grande nouveauté vient de la propension du burger à sortir du périmètre de la restauration rapide et du fast-

food", explique **Christine Tartanson**, directrice de la division Foodservice de NPD Group. "Ce mouvement initié par les grands chefs étoilés, qui se sont emparés du burger et ont créé leurs recettes originales, a aussi inspiré l'ensemble de la restauration à table. Les restaurateurs ont donc progressivement ajouté ce plat à leur carte. Depuis quelques années, nous observons en effet plus d'interactions entre les deux circuits, restauration rapide et restauration à table. D'autres produits issus de la restauration rapide tels que le club sandwich ont ainsi rejoint la carte des restaurants."

LE BURGER SE MET À TABLE

Les panels NPD indiquent en effet que les Français commandent davantage de burgers au restaurant. La restauration à table représente désormais 5 % des prises de burger en France, une proportion certes encore modérée mais en pleine croissance. À titre de comparaison, les consommations de pizzas et de plats ethniques ont reculé de 3 % en 2011 par rapport à 2010. "Le burger est souvent proposé à un prix plus attractif que les autres plats dans les restaurants. En ces temps de difficultés économiques où les consommateurs continuent de faire attention à leurs dépenses, il constitue une alternative de très bon rapport qualité-prix tout en étant l'équivalent d'un véritable plat chaud. Rappelons en effet que la dépense moyenne en restauration à table en 2012 reste modérée avec 11,70 € dépensés par visite", précise Christine Tartanson. L'étude montre également que le burger permet de cibler une clientèle mixte, puisqu'un mangeur de



Les Français consomment trois fois plus souvent un burger qu'un steak ou que tout autre plat à base de bœuf.

burger sur deux est une femme. Il s'agit donc d'un produit beaucoup moins segmentant que la viande de bœuf, traditionnellement plébiscitée par les hommes. Le burger séduit effectivement une clientèle très large qu'il s'agisse de jeunes, de familles ou encore d'actifs. De même, il n'existe aucun élément différenciant entre Paris et la province : tous les Français se laissent volontiers tenter. Enfin, autre point fort qui explique cette forte ascension, le burger est aussi bien consommé en pause déjeuner qu'au dîner. **L. C.**

Visant une clientèle familiale

L'ancien directeur exécutif des Relais & Châteaux a ouvert le 21 juin un nouvel établissement en Bourgogne, petit bijou au cœur d'une synergie commerciale bien rodée.

Jean-Louis Bottigliero relance le Château de Sainte-Sabine



"Nous sommes tombés sous le charme des lieux", explique **Jean-Louis Bottigliero**, ici avec sa femme **Susanne**.

En acquérant le Château de Sainte-Sabine, **Susanne** et **Jean-Louis Bottigliero** lient un peu plus leur destinée à celle de la Bourgogne. C'est en effet dans cette région que Jean-Louis Bottigliero, originaire du sud de la France, débarque en 1988 en prenant la direction du Château de Gilly pendant huit ans. C'est là aussi qu'il revient seize ans plus tard - après être passé par le Crillon,

le Martinez et après avoir pris la tête des Relais & Châteaux -, quand il s'installe dans sa propre maison : L'Hostellerie de Levernois (21). Huit années et trois lancements commerciaux plus tard (Le Bistrot du bord de l'eau, l'Hôtel du parc, la Boutik), un nouveau défi est

relevé par ce couple d'entrepreneurs, avec l'acquisition du Château de Sainte-Sabine. "Nous sommes tombés sous le charme des lieux", explique Jean-Louis Bottigliero, et cet endroit a des atouts indéniables : il est à trois minutes de la sortie de l'autoroute, au cœur de la Côte-d'Or, à proximité du canal de Bourgogne... De surcroît, il nous permet de mettre en place une double synergie. La première est commerciale avec ce 3 étoiles qui se place entre le Parc de l'Hostellerie - 2 étoiles - et le Relais & Châteaux Hostellerie de Levernois - 5 étoiles. Il touche une clientèle familiale friande de tourisme vert, et offre une table bourgeoise avec un menu déjeuner à 22 €, à côté de notre table étoilée et d'une autre plus contemporaine, [toutes deux] situées à Levernois. La seconde concerne la promotion professionnelle, puisque certains salariés de Levernois ont pu prendre, ici, des responsabilités intéressantes."

UNE ENVELOPPE DE 3 M€ POUR LES TRAVAUX

Mais pour parvenir à ce résultat, il aura fallu beaucoup de travail et de volonté car "tout était à refaire", se souvient Jean-Louis Bottigliero : plomberie, électricité,

normes incendie, vitrages, chauffage, décoration... La première tranche de travaux a nécessité une enveloppe d'1,5 M€ et a permis la réfection de 23 chambres, du restaurant, du bar, des salons et des parties communes. Il en faudra autant pour la deuxième phase qui visera l'ouverture, en 2014, de 7 chambres supplémentaires, d'un spa, de salles de réunions, et, en 2013, d'une rôtisserie et d'une terrasse devant le restaurant. Un prévisionnel est d'ores et déjà arrêté : "2 M à 2,5 M€ de chiffre d'affaires à l'issue d'environ dix-huit à vingt-quatre mois".

L'ouverture a eu le 21 juin dernier et, au regard des premiers résultats "encourageants", selon Jean-Louis Bottigliero, l'objectif devrait être atteint notamment grâce à l'appui du nouveau portail www.bourgogne-experience.com réunissant toutes les propositions commerciales à travers des séjours clés en main.

MYRIAM HENRY

Château de Sainte-Sabine

• RD 970 • 21320 Sainte-Sabine • Tél. : 03 80 49 22 01
• www.saintesabine.com

Restauration

“On me donne les moyens de travailler avec des beaux produits”

Le deuxième établissement du couple Tourbier, véritable havre de paix aux environs de Paris, connaît un renouveau gastronomique depuis l'arrivée de Rémi Chambard, un jeune chef promis à un grand avenir.

Un nouvel élan gastronomique aux Étangs de Corot



Rémi Chambard : “Je ne fais pas une cuisine instinctive, j'aime me fonder sur des bases avec des recettes et des principes.”

Je ne vais pas chercher midi à quatorze heures, je fais une cuisine classique, carrée, une cuisine sur le produit”, répond du tac au tac **Rémi Chambard**, le nouveau chef des Étangs de Corot quand on le questionne sur sa cuisine. Ce jeune Rochelais a pris les commandes des cuisines en octobre 2011, suite au départ de **Benoît Bordier**. Autant dire que c'est le grand écart, le retour à la tradition, après un

précédent cuisinier connu pour ses alliances parfois extravagantes. Avant d'arriver ici, Rémi Chambard fut pendant deux ans le second de **Nicolas Masse**, étoilé aux Sources de Caudalie à Martillac, l'autre établissement des propriétaires, **Alice** et **Jérôme Tourbier**. Auparavant, il est passé par différents restaurants d'hôtels : le Grand Hôtel du Cap Ferrat, l'Hôtel du Palais à Biarritz et le Royal à Deauville. “J'ai toujours aimé travailler dans de grosses structures, où il y a du mouvement”, confie-t-il. À 29 ans, il prend

petit à petit ses marques dans cette première place de chef. Elle implique la gestion de 3 restaurants : un gastronomique, Le Corot, un bistrot, Le Café des artistes, et une guinguette chic, Les Paillottes. Rémi se concentre principalement sur la cuisine du Corot, tout en supervisant les cuisines des deux autres restaurants, qu'il a confiées à des sous-chefs. Il gère aussi le room-service, les petits-déjeuners et la carte de snack du bar. À son arrivée, il a commencé par former une nouvelle équipe et changer les cartes. Sous sa direction, Le Corot a pris une tout autre dimension.

UNE CUISINE CLASSIQUE AVEC UNE POINTE D'ORIGINALITÉ

“J'ai eu envie de reproduire une cuisine bourgeoise avec une pointe d'originalité, explique-t-il. Une cuisine mettant en avant des produits d'origine remarquable et au plus proche des saisons. Nous ne travaillons que des poissons sauvages : on reçoit par exemple des turbots sauvages de 4 à 5 kg... On me donne les moyens de travailler avec des beaux produits”, apprécie le jeune chef. La carte suit ainsi les saisons. “J'attends que les produits soient prêts pour les mettre à la carte et si les tomates n'ont pas encore de goût, je ne les travaille pas !”. Ces beaux produits, il les met au service d'une cuisine classique. “Je ne fais pas une cuisine instinctive, j'aime me fonder sur des bases avec des recettes et

des principes.” Un discours que d'aucuns considéreront comme rétrograde, à l'heure de la cuisine assemblage et des émulsions à gogo. Disons plutôt qu'en ne suivant pas la mode, sa cuisine ne risque pas de se démoder. Le ris de veau est cuit classiquement au beurre, mais accompagné de 6 sortes de légumes et de citron confit, la langoustine est escortée d'une déclinaison de betteraves relevées au citron caviar et le crabe royal de mangue, de coriandre fraîche et d'un sorbet poivron rouge. Le but qu'il s'est fixé ? Faire revenir les gens et leur faire plaisir. C'est pourquoi il n'a pas souhaité médiatiser son arrivée, mais s'est glissé lentement et sûrement dans son nouveau costume de chef. À en croire le retour positif des clients et des quelques journalistes venus lui rendre visite, il a bien fait. Quant à l'étoile, “ce n'est pas un but en soi, mais on y pense forcément...”

JULIE GERBET

Les Étangs de Corot • 55, rue de Versailles • 92410 Ville-d'Avray • Tél. : 01 41 15 37 00 • www.etangs-corot.com



Cœur de saumon fumé et caviar d'Aquitaine, jaunes d'œufs de caille et brocolis crémeux

En bref

Indice Insee : les prix ont augmenté de 0,2 % en restauration au mois de juillet

En juillet 2012, l'indice des prix à la consommation a augmenté de 0,2 % dans les cafés et restaurants, et de 12,2 % dans les services d'hébergement, indique l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee). Cette hausse a lieu tous les ans, en raison de la saison estivale. Sur un an, la variation est respectivement de + 2,9 % et de + 2,3 %. L'indice général des prix a baissé de 0,4 % en juillet, en raison des soldes d'été. Sur un an, les prix à la consommation ont augmenté de 1,9 %.

Palmarès du concours 'Snack & Chic'

Rapid & Resto Show, le salon de la vente à emporter et de la restauration rapide de qualité, et Food Reporter, 1^{er} réseau social pour les passionnés de cuisine et de restauration, ont révélé les finalistes du concours photos 'Snack & Chic'. Les fines bouches ont joué les reporters photos pour dénicher le produit le plus appétissant de sa catégorie. Une fois les photos publiées sur le site de Food Reporter, les internautes ont ainsi désigné les 5 meilleurs burgers puis les 5 meilleurs cheesecakes en leur attribuant le plus grand nombre de 'miams'. La meilleure recette sera désignée lors d'une grande finale les 19 et 20 septembre prochains pendant le salon.

150 000 € de travaux

Lembach L'établissement se transforme pour répondre au souhait des nouveaux propriétaires, Pascal et Carole Bastian : en faire un lieu moderne et sobre.

Coup de jeune à l'auberge du Cheval Blanc

Pascal et **Carole Bastian** sont des sages. Ayant repris la maison tenue par plusieurs générations de **Mischler**, le couple, des anciens de l'Arnsbourg (3 étoiles *Michelin*), a fait les choses lentement mais sûrement. Conserver l'étoile était un impératif, il a été tenu. La rénovation des salons d'attente et de quelques chambres a aussi été réalisée. Les clients, essentiellement des habitués, se sont fait à la nouvelle direction. C'était donc le moment de vraiment poser leur empreinte sur la maison. La salle de cet ancien relais de chasse a été entièrement revue : “Nous voulions de l'élégance et de la sobriété, tout en mettant en avant ses atouts : la cheminée, les plafonds décorés, les fresques”, explique le couple. L'assiette du restaurant gastronomique a aussi changé : “Je fais désormais ce dont j'ai envie. Jose, je me fais plaisir et ce plaisir est partagé par les clients”, se réjouit le chef. Au passage, les nouvelles



La nouvelle salle du Cheval Blanc allie éléments anciens et décoration

mises aux normes de la cuisine ont été effectuées et une porte automatique a été installée, le tout pour 150 000 €. D'autres projets, comme un spa et de nouvelles chambres, viennent d'être lancés, mais ils en sont encore au stade embryonnaire. Un nouveau site internet a été inauguré, avec une carte actualisée, les réservations en ligne, etc. Une application pour smartphone est aussi accessible. Elle

Carole et Pascal Bastian s'approprient petit à petit les lieux.



permet de découvrir l'établissement en photos, s'inscrire pour les cours de cuisine mensuels, consulter les menus et cartes et suggestions des deux restaurants de l'établissement (gastronomique et winstub) et bientôt d'autres contenus comme de la vidéo, de la musique, etc.

FLORA-LYSE MBELLA

Auberge du Cheval Blanc

• 4 rue de Wissembourg
• 67510 Lembach
• Tél. : 03 88 94 41 86
• www.au-cheval-blanc.fr

Hôtellerie

+ 4 % de chiffre d'affaires au 1^{er} semestre 2012

Présidée par Stéphane André, l'entreprise, principale franchisee du groupe Louvre Hotels, est dorénavant propriétaire de 16 hôtels, répartis au sein des marques Première Classe, Kyriad, Campanile et Kyriad Prestige.

Immoparts gonfle son portefeuille Louvre Hotels

Le début d'année 2012 aura été très satisfaisant pour le groupe Immoparts, l'un des franchisees majeurs de Louvre Hotels, dont le parc est composé en majorité de marques économique et milieu de gamme toutes situées hors du périmètre parisien. "Nous avons enregistré une hausse de 4 % de chiffre d'affaires pendant les six premiers mois, à périmètre comparable, par rapport à l'année 2011", affirme Stéphane André, p.-d.g. de la société et membre actif de l'AIFE (l'Association des investisseurs du pôle économique des franchisees de Louvre Hotels). Une vraie réussite quand on compare les résultats régionaux depuis le début de l'année. "Nous sommes aussi à + 2 % au 20 juillet par rapport à l'an dernier, et ceci en dépit des aléas météorologiques ou sur fond de crise économique", ajoute-t-il.

UNE RELATION DE CONFIANCE AVEC LE MANAGEMENT

Si une grande partie du succès d'Immoparts tient au professionnalisme de son p.-d.g., il repose également sur un certain pragmatisme. "Je suis un hôtelier avant tout, j'ai été à la tête de l'exploitation du groupe Envergure pendant quinze ans et je connais l'hôtellerie économique." Ainsi, lorsqu'il construit de nouveaux hôtels - Immoparts privilégie les constructions neuves même si Stéphane André se



Stéphane André, p.-d.g. d'Immoparts, lors d'une intervention à Maison et Objet.

dit prêt à effectuer des opérations de restructuration ou de rachat d'hôtels -, il étudie soigneusement son marché. "L'emplacement bien sûr, mais aussi le contexte économique car une grande part de notre clientèle est professionnelle. Le management fait aussi partie intégrante de la réussite. Ainsi, un directeur motivé génère entre 15 et 20 % de chiffre d'affaires en plus". C'est pour cette raison et pour s'assurer de la qualité et du bon fonctionnement de ses hôtels que Stéphane André parcourt la France. "Je visite tous les hôtels tous les mois, même si je confie en sous-traitance à Louvre Hôtels les ressources humaines ainsi que la comptabilité." Une situation qui pourrait néanmoins évoluer : "Je songe sérieusement à gérer mes prochains hôtels en franchise". Et cela tombe bien, car la société a investi dans 3 nouveaux hôtels

à Vannes, Metz et au Mesnil Amelot, "un terrain que j'avais acquis en 2008 et sur lequel je construis un hôtel Première Classe de 72 chambres", précise-t-il. "Le projet dans sa totalité, qui reste encore à finaliser, représente un investissement de 17 M€ environ, un seuil maximum supportable pour une petite structure comme la nôtre."

UN POOL D'INVESTISSEURS SOLIDES

Pour assurer son développement, Stéphane André s'est entouré de fidèles associés (5 ou 6 d'entre eux réalisent ainsi 80 % des opérations prenant à chaque fois entre 15 et 20 % du financement), lui-même prenant 15 à 40 % selon les opérations, comme pour l'acquisition de l'hôtel Montbéliard-Belfort où il prend 20 % du fonds de commerce, sur un investissement représentant 4,5 M€

pour 68 chambres. "La SAS Alliance Développement souhaitait trouver un opérateur mais disposait de tout un ensemble immobilier. Il était inutile d'acheter les murs d'un hôtel situé dans un ensemble de bureaux et de commerces." Immoparts est l'un des 5 principaux franchisees Louvre Hotels avec son parc de 16 hôtels dont 2 Campanile, 4 Kyriad, 1 Kyriad Prestige, 9 Première Classe et 5 restaurants "avec un chiffre d'affaires de 15 M€ en 2011 pour un Ebitda autour de 4", précise-t-il. Une bonne performance qui n'empêche pas son p.-d.g. de garder un œil critique : "Je pense que Louvre Hôtels a effectué une véritable mutation avec des équipes performantes et expérimentées mais qui sont parfois trop éloignées de l'exploitation. C'est un sujet dont nous débattons souvent au sein de l'AIFE qui est une structure très active".

EVELYNE DE BAST

En bref

Ikea ouvrira au moins 100 hôtels en Europe

Le géant suédois du meuble Ikea va se lancer dans l'hôtellerie, a annoncé le responsable du projet dans un entretien à un journal suédois le 16 août dernier. Le quotidien Svenska Dagbladet a rapporté qu'Ikea comptait ouvrir "au moins 100 hôtels" en Allemagne, en Belgique, en Grande-Bretagne et dans les pays baltes. Ces établissements, qui ne seront pas meublés par Ikea et ne porteront pas non plus la marque du groupe, doivent être gérés par des groupes hôteliers après avoir été livrés par Inter Ikéa, une filiale du groupe. Les hôtels seront centraux, bon marché et pratiques avec la mise en place d'un "bon petit déjeuner, un internet rapide, un accueil efficace et aucune formalité quand on quitte sa chambre", selon Harald Müller, le dirigeant. Ikea compte aussi investir dans les résidences étudiantes.

Le Château de Codignat obtient sa 5^e étoile



Situé à Bort-l'Étang (63), l'établissement, qui appartient au groupe hôtelier italien Sorgente Group, vient d'obtenir son classement en 5 étoiles. Ouvert en 1972 et membre du réseau Relais & Châteaux depuis 1975, l'hôtel prend place dans un château du XV^e siècle et dispose de 19 chambres et suites, d'une piscine, d'un cours de tennis et

d'un restaurant 1 étoile Michelin. Il est entouré par un parc de 15 hectares, à quelques minutes de Clermont-Ferrand.

www.codignat.com

Goûtez-la...

Tomate de gastronome!

kumato®
saveur authentique

Les Paysans de Rougeline

www.kumato.com
www.rougeline.com

www.madeinmouse.com - photo Virginie Ouessian

□ Courriers des lecteurs

Une question ?

Rendez-vous sur les Blogs des Experts de Pascale Carbillet

sur www.lhotellerie-restauration.fr

On peut faire payer le verre d'eau au café

J'ai lu votre courrier sur la carafe d'eau qui doit être gratuite, mais il me semblait que l'on pouvait faire payer le verre d'eau au bar. Pouvez-vous le confirmer ?

GABRIELLE



Si vous décidez de commercialiser le verre d'eau du robinet, vous avez le devoir d'en informer la clientèle sur tous vos affichages et documents commerciaux.

Dans la profession de débitant de boissons, un usage s'est instauré selon lequel les cafetiers offrent gracieusement un verre d'eau à un client qui le demande, en complément d'un produit qu'il a commandé. Il s'agit d'une pratique commerciale qui s'est transformée en dû pour une grande partie de la clientèle, voire pour des non-clients de l'établissement qui n'hésitent pas à venir au bar pour

réclamer un verre d'eau sans prendre aucune consommation. En droit, un débit de boissons est un commerce dont le but est de vendre des boissons et non pas de les servir gratuitement. En outre, l'eau du robinet que vous utilisez et qui est propre à la consommation, vous la payez. Vous êtes donc parfaitement en droit de faire payer le verre d'eau du robinet. Seule condition à respecter si vous décidez de mettre en place cette pratique : en informer clairement votre clientèle. Cette information doit figurer sur tous vos affichages et documents commerciaux, c'est-à-dire la carte et l'affichage à l'intérieur et à l'extérieur de votre établissement. Il vous appartient de fixer le prix de vente de ce verre d'eau. Quant aux modalités de cet affichage, nous conseillons aux professionnels de le mettre en valeur pour qu'il soit bien visible par la clientèle. Une ligne supplémentaire sur la carte ou sur le tableau risque de ne pas être vue par le client et d'être une source de conflit au moment de régler l'addition. Vous pouvez, par exemple, utiliser le dessin d'un verre d'eau avec le prix mentionné en gros caractères.

**Blog des Experts
'Droit et réglementation
en CHR'**

Il est possible de rompre la période d'essai d'une femme enceinte

Nous avons embauché une serveuse en CDI avec une période d'essai de 2 mois. N'étant pas satisfaits de son travail, nous avons décidé de mettre fin à sa période d'essai. Mais elle vient de nous envoyer un certificat médical nous informant qu'elle est enceinte de 4 mois (ce qui ne se voit pas du tout) et nous interdit par conséquent de rompre son contrat. Avons-nous l'obligation de la reprendre ?

PIERRE

L'article L.122-25-2 du code du travail prévoit que, sauf en cas de faute grave ou d'impossibilité de maintenir le contrat de travail pour un motif étranger à la grossesse, il est interdit de licencier une salariée en état de grossesse médicalement constatée. Pour faire annuler son licenciement, la salariée enceinte doit alors adresser à son employeur par lettre recommandée avec accusé de réception, dans un délai de 15 jours à compter de la notification de son licenciement, un certificat médical attestant de son état de grossesse. C'est la raison pour laquelle cette salariée vous a adressé un certificat médical attestant de son état de grossesse, pensant pouvoir faire échec à la rupture de sa période d'essai. Mais ce régime protecteur ne s'applique pas à la rupture du contrat de travail pendant la période d'essai, à

condition que ce ne soit pas l'état de grossesse de la salariée qui soit pris en considération. Ce principe a été posé par la jurisprudence qui s'est prononcée à plusieurs reprises sur le sujet. On peut citer notamment un arrêt de la Cour de cassation en date du 21 décembre 2006 qui a jugé que les dispositions de l'article L.122-25-2 du code du travail relatives à l'annulation du licenciement d'une salariée en cas de connaissance postérieure par l'employeur de l'état de grossesse ne sont pas applicables à la rupture pendant la période d'essai (Cass. Soc. 21 décembre 2006, n° 05-44.806).

**Blog des Experts
'Droit du travail en CHR'
(modèles de contrats
et paie inclus)'**

BILLET D'HUMEUR POLITESSE À 0,20 €

Vous avez récemment publié un article concernant l'établissement qui effectue une réduction de 0,20 € pour un café commandé avec la formule 'un café, s'il vous plaît'. Si le confrère se fait un coup de pub, je dis bravo, cela ne mange pas de pain. Si c'est, comme je l'imagine, fait avec sourire et gentillesse, c'est bien imaginé et malin. Mais s'il s'agit d'un cours de morale : pas d'accord !

Nous autres, commerçants, ne sommes pas là pour éduquer les populations mal polies. Pour être clair, chacun a une place et un rôle : le boulanger boulange, le professeur de français enseigne le français - ni les mathématiques ni la morale -, le chercheur cherche, le voleur vole, le gendarme gendarme, le chanteur chante, le maître-chanteur... Bref, si chacun reste dans son rôle, il y est quand le besoin se fait sentir et tout roule à peu près, dans un monde un peu conventionnel mais commode.

À l'inverse, si tout un chacun fait comme il veut - le chanteur gendarme et boulange à l'occasion, le gendarme cherche et le chercheur fait chanter -, il n'est pas impensable que tout le monde y perde son latin et, plus grave encore, ses repères. Et voilà-t-il pas une chose importante que les repères ?

Finalement, quand le confrère fait payer son cours de morale, ne le fait-t-il pas justement en croyant redonner des repères à sa clientèle ? 'Ah, ma pauvre dame', il croit en remettre alors que, justement, il en enlève ? Je crois bien que je m'y perds !

En fait, comme disait Francis Blanche : *"Tout est dans tout et réciproquement"* ! Allez en paix et bon été à tous, 's'il vous plaît'.

**UN DE LYON PERDU EN AVIGNON,
BRUNO PERRIN**

L'usage des toilettes est réservé à la clientèle

Peut-on refuser l'utilisation des toilettes du restaurant aux personnes qui ne consomment pas ? Pouvez-vous nous donner le texte de référence ? **PR**

Vous avez le droit de refuser l'accès de vos toilettes à des personnes qui viennent dans votre établissement sans consommer. Vous exercez dans un lieu privé qui a vocation à recevoir du public, mais qui n'est pas un établissement public. Les toilettes, en tant que partie intégrante de votre commerce, sont mises à la disposition de votre clientèle et non pas du simple passant. N'ont le statut de clients que les personnes qui ont conclu un contrat pour manger ou boire. Ne peuvent donc prétendre à l'utilisation des toilettes que les clients de votre établissement, c'est-à-dire ceux qui consomment réellement. Vous êtes donc parfaitement en droit de refuser l'accès à un simple passant. Quant aux références relatives

à un document juridique qui réglementerait l'usage des toilettes, sachez qu'il n'existe pas de texte législatif posant ce principe, car il s'agit en fait de l'application des règles du droit des contrats. À l'inverse, il n'existe pas non plus de texte donnant droit au passant à utiliser vos toilettes. Certains professionnels - pour éviter que le tout-venant ne les utilise - les ferment à clé. La clientèle doit donc la demander pour pouvoir les utiliser. Une autre solution, moins contraignante pour l'exploitant mais moins bien perçue par la clientèle consiste à installer des monnayeurs sur la porte des W.-C.

**Blog des Experts
'Droit et réglementation
en CHR'**

La page du chef

De chef à chef

ENVOYEZ-NOUS VOS RECETTES

Celles-ci seront publiées dans le Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' et les recettes coup de cœur de **L'Hôtellerie Restauration** seront publiées dans le journal. Vous pouvez faire parvenir

vos recettes ainsi que vos vidéos à :
L'Hôtellerie Restauration - Recettes de chef à chef -
5 rue Antoine Bourdelle - 75737 Paris cedex 15
Tél. : 01 45 48 64 64 - fax : 01 45 48 04 23 -

E-mail : dechefachef@lhotellerie-restauration.fr
Retrouvez Marcel Mattiussi, auteur du Blog des Experts 'Recettes de chef à chef' sur www.lhotellerie-restauration.fr
Cliquez sur 'Blogs des Experts'

Verrine de tiramisu aux fruits rouges et mousse au chocolat blanc

Ingrédients pour 6 personnes

Tiramisu

- 0,250 kg de mascarpone
- 0,25 l de crème fouettée
- 3 jaunes d'œufs
- 0,250 kg de fraises
- 0,100 kg de framboises
- 0,200 kg de sucre
- 12 biscuits 'cuillère' ou 'pavesini'
- 1 cuillerée d'Amaretto

Mousse au chocolat blanc

- 0,30 l de crème fleurette
- 0,60 l de crème fouettée
- 8 jaunes d'œufs
- 0,500 kg de chocolat blanc
- 0,070 kg de sucre



PAR JEAN-LUC BUSCAYLET, HÔTEL VERNET, 25 RUE VERNET, PARIS (VIII^E)

Progression

Confectionner le coulis

- Laver, équeuter les fraises, les mixer (sauf 3 pour le décor) avec 50 g de sucre.
- Passer au chinois et ajouter une goutte de kirsch ou d'alcool de rose.
- Imbiber les biscuits dans le coulis et les disposer dans les verrines.

Préparer la crème mascarpone

- Blanchir les jaunes avec 150 g de sucre puis ajouter le mascarpone et mélanger jusqu'à homogénéité.
- Ajouter 1 cuillerée d'Amaretto, incorporer délicatement

la crème fouettée, répartir dans les verrines et rajouter les framboises.

Réaliser la mousse au chocolat blanc

- Faire bouillir la crème et la verser sur les jaunes blanchis avec le sucre.
- Cuire comme une crème anglaise et, une fois 'à la nappe', verser sur le chocolat blanc concassé.
- Mélanger et, à peine froid, incorporer la crème fouettée.
- Verser dans les verrines et laisser prendre au froid.

Dressage

- Servir très frais.

Mélange délicat de différents parfums.

Vin conseillé : un petit verre de l'alcool utilisé.

Quiz Les locaux techniques et commerciaux

Réalisé par Christian Ferret, professeur technique de restaurant au lycée Auguste Escoffier d'Éragny-sur-Oise (95) et animateur du site mesconvives.com, pour la finale nationale de la coupe Georges Baptiste à Marseille. Répondez aux questions ci-dessous.

N° 1 : La sectorisation du site 'service et commercialisation' s'appuie sur un système qui facilite l'accès aux différents locaux au personnel et à la clientèle. Il permet de remplir les conditions d'exploitations imposées par "H.A.C.C.P" (analyse des dangers et points critiques à maîtriser), lors de l'implantation des locaux de production culinaire. Quel est le nom de ce système ?

sectorisation des locaux utilisés par le personnel.

N° 1 bis : Ce système de sectorisation des locaux permet de remplir plusieurs objectifs concernant le personnel de service. Ceux-ci favorisent son évolution et améliorent son confort. Énumérer 3 points essentiels qui découlent d'une judicieuse

N° 2 : Pour définir la superficie d'une salle de restaurant, il est impératif de prendre en considération un grand nombre de paramètres. Certains concernent les surfaces réservées aux mouvements de circulation. Énumérer deux types de circulation pris en compte.

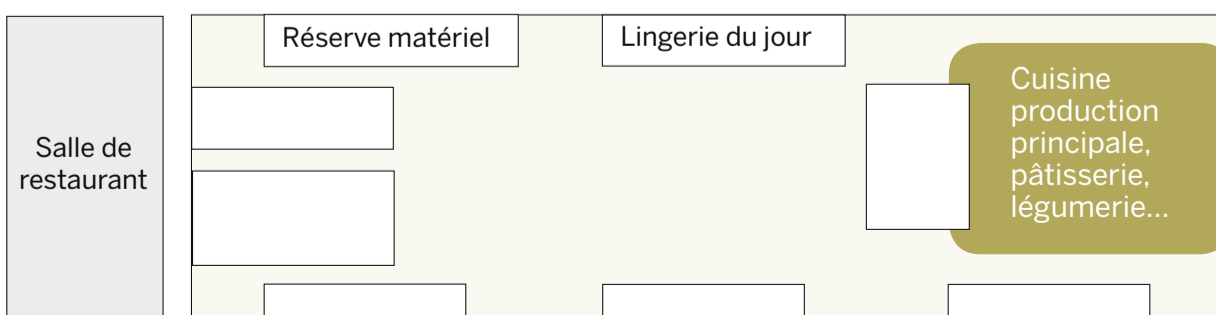
N° 3 : En utilisant les données sur les différents types de locaux dans les arrières du restaurant :
- attribuer un nom de local à chaque secteur représenté dans le plan ci-dessous par des rectangles ;
- indiquer par des flèches, la circulation du personnel lorsque ce dernier entre dans les arrières du restaurant.

NOM DES LOCAUX À POSITIONNER DANS LE PLAN :

- secteur plonge
- secteur passe cuisine
- secteur fleurs et poubelles
- secteur offices
- secteur verrerie
- secteur cave du jour

A : entrée dans les arrières restaurant

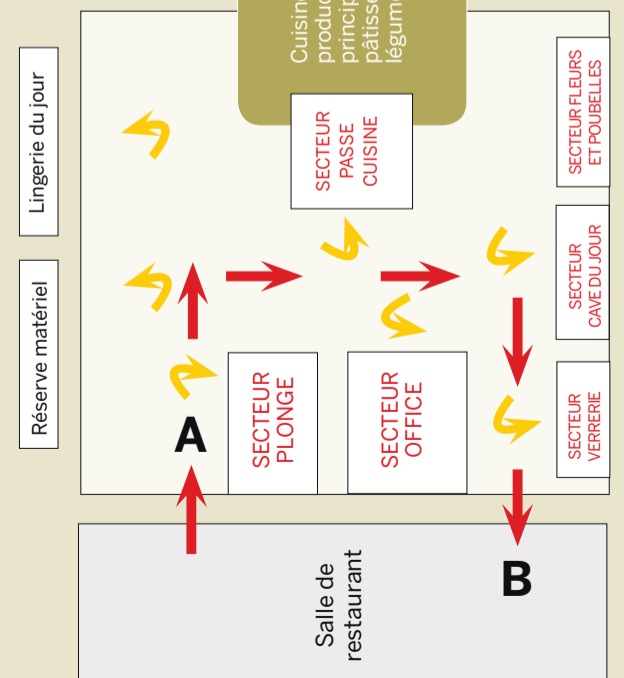
B : entrée dans la salle de restaurant



RÉPONSES QUESTIONS N°1, 1 BIS, ET 2

- N° 1 :** La marche en avant
- N° 1 bis :** Éviter les déplacements inutiles
• Éviter que des denrées propres ne croisent du matériel ou des denrées sales
• Augmenter la rapidité du service
- N° 2 :** Les allées de circulation nécessaires au service du personnel
• Les allées de circulation nécessaires à la libre circulation de la clientèle

RÉPONSE
QUESTION N°3



Produits & équipements

Le restaurant de Magali et Fabrice Amar abrite un four massif de construction artisanale

PAR JEAN-GABRIEL DU JAIFLIN, JGDJ CONSEIL

Le four à braises Jospier à L'Oustau de l'Isle

Lors de l'inauguration du restaurant l'Oustau de l'Isle à l'Isle-sur-la-Sorgue (84), nous avons remarqué le four à braises Jospier. **Magali et Fabrice Amar** viennent d'acquiescer le restaurant situé au cœur de ce village du Vaucluse. Le jeune chef a acquis de l'expérience après quelques années à l'hôtel Berard, à la Cadière-d'Azur, puis en tant que second au Sofitel Vieux-Port à Marseille sous la direction de **Dominique Frérard** (Maître cuisinier de France). Désormais, il prend les rênes de son propre restaurant et nous propose une cuisine créative et raffinée.



Le four à braises Jospier permet toutes les cuissons possibles et créatives.

Fontjoncouse (11), ou encore celui du Cheval Blanc à Courchevel, ce four massif majoritairement en inox, de construction artisanale et fonctionnant au charbon de bois, a séduit par sa polyvalence. En effet, qu'il soit placé comme aujourd'hui dans le patio du restaurant, dans la salle ou en cuisine, il permet toutes les cuissons possibles et créatives. Son foyer chargé de charbon végétal bio garantit plus de 3 heures de combustion grâce à la forte taille des morceaux. Le combustible est livré dans des cartons spéciaux et s'allume avec des pastilles conformes aux normes de sécurité. Au début du service, le thermomètre en façade affichait plus de 400° C. Les cuisiniers s'affairent à leur mise en place : gambas, ailerons de poulet, blanc de seiche, pièces de viandes, pommes de terre, légumes, etc. Tous ces aliments sont rangés

au frais. Ils connaîtront, tout au long de la soirée, une cuisson rapide et efficace pour le plus grand plaisir des convives. Que ce soit comme un barbecue ou comme un four classique pour la cuisson du riz, par exemple, sa rapidité est surprenante. La porte basculant vers l'avant permet une charge facile des denrées. Si des résidus tombent dessus, ils sont rapidement détruits par l'effet de pyrolyse de la chambre de cuisson. L'évacuation des fumées se fait par un tuyau donnant sur l'extérieur. Ce dernier est équipé d'un système de coupure afin d'éviter les risques d'incendies. La cuisine spectacle trouve avec cet équipement toute sa signification. Une platerie en fonte d'aluminium anti-adhésive, avec des couvercles en verre, est proposée par le fournisseur. Lors de cette manifestation, **Franck Hanoufa** a présenté Adisa, fabricant de cuisines professionnelles exclusivement sur mesure, avec lequel il travaille pour l'équipement de nombreux restaurants en France.

Blog des Experts 'Le temps du client' sur www.lhotellerie-restauration.fr

L'Oustau de l'Isle : www.restaurant-oustau.com
Vincent Fernandez : <http://avsystems.fr>
Franck Hanoufa : www.adisa.es/fr/cuisines

UNE RAPIDITÉ SURPRENANTE

À l'occasion de cette inauguration, nos hôtes avaient convié **Vincent Fernandez**, directeur de la Société AVSystems, à présenter aux invités le four à braises Jospier. Déjà connu et utilisé par de nombreux chefs, comme **Gilles Goujon** à l'Auberge du Vieux Puits à

NOUVEAUX CATALOGUES INTERACTIFS POUR VEGA FRANCE



Le catalogue de vêtements professionnels Jobeline et le catalogue généraliste, de plus de 500 pages, sont à découvrir sur le site internet de VEGA : vega-fr.com, rubrique Catalogues

interactifs 2012. Grâce à ce nouvel espace, on peut feuilleter ces catalogues en ligne, découvrir les tendances et nouveautés du moment. Les pages peuvent être imprimées ou téléchargées en format PDF. On peut également ajouter des notes pour retrouver facilement ses produits favoris.

Tél. : 0821 23 03 53 (n° Indigo 0,12 €/min depuis un poste fixe)

service@vega-fr.com • www.vega-fr.com



ET SI L'ASSIETTE M'ÉTAIT CONTÉE PAR VERRES ET DÉCORS

Le chef **Marc de Passorio** et Verres et Décors ont un point commun : l'amour de la gastronomie. La complicité est entière entre celui qui imagine les créations de vaisselle et l'entreprise qui les réalise concrètement. De cette collaboration, il en ressort une assiette assez épaisse et rectangulaire qui aspire à toutes les utilisations possibles.

www.verresetdecors.com



LES SAUCES PREMIUM DE TRAITEUR DE PARIS

Traiteur de Paris, 'Des chefs au service des chefs', propose une nouvelle gamme de sauces prêtes à servir, idéales pour sublimer les plats à base de viande et de poisson. Composée de 5 recettes (bordelaise, poivre, champignons, exotique et citron) la gamme est mise au point au sein du studio culinaire Traiteur de Paris. Conditionnées en portions individuelles sous forme de galet (4 x 25 pièces environ de 25 g), elles peuvent aussi être agrémentées selon les humeurs des restaurateurs. Enfin, leur point fort est leur base 100 % naturelle. Les sauces sont en effet issues de matières premières nobles, sans additif, sans conservateur, sans arôme artificiel, ni exhausteur de goût.

www.traiteurdeparis.com

Tél. : 0820 20 17 57 (n° Indigo 0,12 €/min depuis un poste fixe)

lechef@traiteurdeparis.com

UPM PROFI® : DES TERRASSES SOLIDES

Avec UPM ProFi®, les terrasses sont plus résistantes aux passages intensifs et aux piétinements. Les lames de terrasses, les rails-support, les clips, les couvre-joints, les nez de marches sont fabriqués en matériau composite UPM ProFi®, très résistant aux coups et à l'usure. La matière UPM ProFi® en composite bois-polymère de haute qualité, non broyée, n'absorbe pas les taches. Grâce au système UPM ProFi Alu Rail, le sol est simplement nettoyé par balayage et même mouillé, il possède des propriétés antidérapantes. Les six teintes minérales de la gamme UPM ProFi Deck sont adaptées à tous les styles.

www.upmprofi.fr



L'Hôtellerie Restauration

L'hebdo des C.H.R. • 3 €

Édité par la
**SOCIÉTÉ D'ÉDITIONS
ET DE PÉRIODIQUES
TECHNIQUES S.A.**

Siège : 5 rue Antoine Bourdelle
75737 PARIS CEDEX 15
Tél. : 01 45 48 64 64
Fax : 01 45 48 04 23
journal@lhotellerie-restauration.fr

**RESPONSABLES
DE RUBRIQUE**

**WEBNEWS/RESTAURATION/
FORMATION**

Nadine Lemoine
E-mail :
nlemoine@lhotellerie-restauration.fr

**ORGANISATIONS
PROFESSIONNELLES/VINS/
LICENCE IV/CAFÉS**

Sylvie Soubes
E-mail :
ssoubes@lhotellerie-restauration.fr

SERVICE JURIDIQUE
Pascale Carbillat

E-mail :
pcarbillet@lhotellerie-restauration.fr

VIDÉO
Cécile Charpentier

E-mail :
ccharpentier@lhotellerie-restauration.fr

SECRETARIAT DE RÉDACTION

Roselyne Douillet, Gilles Bouvaist
et Hugo Nicolaou

RÉDACTEURS GRAPHISTES

Patricia Delville et Nathalie Hamon

DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ
JEAN-PIERRE LESAGE

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
CHRISTIAN BRUNEAU

CONCEPTION GRAPHIQUE

Claude Veyrac/Richard Kubicz/
Provenances

COMMISSION PARITAIRE

n° 0915 T 79916
Dépôt légal à parution
Diffusion : 64 403 - ISSN 0750 - 3717

IMPRESSION

Roto Centre - 45 770 Saran
Capital : 1 418 141,74 €
Principal actionnaire : Bureau de Presse



Presse PRO

Un bilan très positif

Rendez-vous estival incontournable depuis soixante-cinq ans, l'événement a fait le bonheur des amateurs de théâtre et a profité aux professionnels du secteur.

Le Festival d'Avignon 2012 a stimulé l'activité dans l'hôtellerie-restauration

Depuis 1947, le mois de juillet est en Avignon celui du Festival consacré au théâtre. On y vient de très loin pour trouver un coin de scène et présenter l'un des 100 spectacles qui constituent le off ou pour savourer les représentations du in, notamment dans la cour d'honneur du palais des Papes. Dans cette ville dont les murs, les grilles et les arbres sont couverts d'affiches, les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration faisaient part, cette année encore, de leur satisfaction. Place de l'Horloge, par exemple, il fallait souvent se montrer patient, en fin de journée, pour trouver une table où pouvoir prendre un verre. Un peu plus bas, rue de la République, **Didier Quesnel**, ancien chef exécutif de l'InterContinental Genève, a découvert cette année cette atmosphère festive. "J'ai repris la Taverne de Maître Kanter en décembre dernier et j'ai donc vécu mon premier Festival. Toutefois, nous étions avertis et nous nous étions organisés avec l'équipe. Si je n'avais pas de repères personnels, je me suis appuyé sur le bilan de nos prédécesseurs et le résultat a été plutôt positif avec une fréquentation en hausse de 20 % et un ticket moyen à 24 €." La moyenne oscillait ainsi entre 470 et 500 couverts par jour dans un établissement qui va évoluer au cours de l'hiver.



Pour conquérir le public, les troupes créent l'animation aux terrasses des cafés.

LES FRANCHISES ACCOR ONT AFFICHÉ COMPLET

Un peu plus en retrait, sur une sorte de petite place de village en pleine ville, **Thierry Baucher**, chef propriétaire du restaurant gastronomique Les 5 sens, a vécu son septième Festival. Et lui aussi avait le sourire. "L'activité était soutenue, avec notamment beaucoup de repas de groupes. Par contre, il a fallu s'adapter au

rythme du double service avec ceux qui allaient voir les premiers spectacles et étaient souvent pressés et les autres beaucoup plus tardifs. Les clients de 19 heures ont toutefois fait baisser un peu le ticket moyen car ils sautaient souvent le dessert et le café."

Côté hôteliers, le sourire est de mise au sein du groupe Panattoni qui possède près de 500 chambres à Avignon avec un Novotel, deux Mercure et un all seasons. "Traditionnellement, nous affichons toujours complet pendant cette période. Mais cette année, nous étions très attentifs à l'état des réservations du Novotel que nous avons ouvert en octobre dernier. Les 130 chambres étaient occupées et surtout nous avons



Retrouvez le Festival d'Avignon en vidéo avec le mot-clé **RTR422250** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QRCode dessus.

assisté à des réservations pour des séjours prolongés alors qu'Avignon est une ville où les touristes restent moins de deux jours", souligne **Joël De Bellis**, le directeur général du groupe hôtelier. Pour lui, c'était son trentième festival. Il confirme ainsi le sentiment de ses confrères restaurateurs sur la qualité du millésime 2012.

JEAN BERNARD

En direct des Blogs des Experts

Pourboires : faut-il les déclarer ?

Est-il vrai que les sommes partagées du petit tronc (pourboires) entre les salariés doivent être déclarées ? Que dit la loi ? Et que risque-t-on si on doit les déclarer et que l'on ne l'a pas fait ?

NDOYEYOU

Daniel Gillot - auteur :

Le fisc sait très bien que le personnel de service, dans les métiers de restauration et d'hôtellerie notamment, peut être amené à recevoir des pourboires directement des clients ou indirectement par le biais d'un petit tronc. Pour l'administration fiscale, toute somme perçue dans le cadre d'un travail doit être déclarée, mais elle sait très bien qu'il n'en est rien et, à ma connaissance, ferme toujours les yeux sur ce point.

Cordialement.

↳ Lire la suite de la discussion et réagir avec le mot-clé **RTK9290** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Blog des Experts 'Droit du travail en CHR : les conditions de travail' par Thiphaine Beausseon et Daniel Gillot

Abonnez-vous

**L'Hôtellerie
Restauration**
LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR

■ TOUS LES JOURS, LA NEWSLETTER
■ TOUTES LES SEMAINES, LE JOURNAL



① 3 mois 10 € 6 mois 20 € 1 an 40 € Durée libre 10 €/trimestre

(interruption sur simple demande)

② Chèque joint RIB joint Carte Bleue n°

(à l'ordre de L'Hôtellerie Restauration)

date de validité :/...../..... 3 derniers chiffres au dos de la carte :

③ Nom : Adresse :

..... Code postal & Localité :

Téléphone : (facultatif mais utile en cas de problème sur l'adresse)

④ Votre e-mail pour recevoir la newsletter quotidienne :

..... (vos coordonnées ne sont utilisées que par L'Hôtellerie Restauration)

Abonnez-vous par



Tél. : **01 45 48 45 00** Fax : 01 45 48 51 31 abo@lhotellerie-restauration.fr

Internet : www.lhotellerie-restauration.fr rubrique s'abonner

Courrier : L'Hôtellerie Restauration • 5 rue Antoine Bourdelle • 75737 Paris Cedex 15