

Didier Chenet :
"Toucher à la TVA,
ce serait 100 000
emplois perdus"

Dans les cuisines
de Matignon
avec **Christophe
Langrée**

**Transformer un
immeuble de
bureaux en hôtel,
un pari gagnant ?**

Tout savoir
sur les
**contrats
saisonniers**

11 octobre 2012
N° 3311

L'Hôtellerie Restauration

ANNONCES
CLASSÉES
P. 18

L'HEBDO DES C.H.R.

LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR



Pierre Meneau ouvre
Crom'Exquis à Paris

p. 9

Misant sur la qualité pp. 2-3

Les fast-foods anglo-saxons font florès à Paris

L'arrivée de l'enseigne britannique Prêt à Manger et de l'américaine Chipotle dénotent un engouement certain pour la restauration rapide anglo-saxonne dans la capitale. Saisonnalité, fraîcheur, exotisme, effet dû à la nouveauté des concepts, bouche à oreille... les clients se précipitent, adhèrent et reviennent. En parallèle, suivant une mode venue d'outre-Atlantique, les food trucks ont fait leur apparition dans les rues de Paris. En quelques mois, le Camion qui fume ou Cantine California sont devenus deux noms emblématiques.



Le concept de l'enseigne britannique Prêt à Manger repose sur la diversification et la montée en gamme des produits de restauration rapide.

Ces camions de restauration proposant des burgers sophistiqués, par exemple, connaissent un tel succès

qu'il n'est pas rare de voir des files d'attente de plus d'une heure se former autour d'eux.



" Nous devons investir au mieux afin
d'assurer la rentabilité de notre affaire "

Ariane et Jean-Charles R.
Propriétaires - Hôtel-restaurant 2* - Quimper

EQUIP'HOTEL
PARIS

PORTE DE VERSAILLES, FRANCE
11 - 15 NOV. 2012

DEMANDEZ VOTRE BADGE D'ACCÈS
GRATUIT SUR :
www.equiphotel.com [code MG92]



Organisé par Reed Expositions

PARTENAIRES
OFFICIELS :



LE FIGARO

Tout pour les Métiers de l'Hôtellerie et de la Restauration

Dans la jungle

Dur, le métier d'hôtelier face au développement fulgurant des fameuses agences en ligne qui se multiplient en dehors de tout cadre réglementaire ou législatif, et se jouent des frontières fiscales en se domiciliant dans les pays qui pratiquent un dumping systématique. Des agences qui abusent des pratiques les plus sournoises pour capter une part du chiffre d'affaires, sans apporter la moindre valeur ajoutée aux établissements ni le moindre service significatif à la clientèle.

Certes, la volonté affichée de nombreux acteurs de ces nouveaux métiers est de clarifier des relations aujourd'hui en quête d'un nécessaire équilibre. Comme le souligne **Veit Fuhrmeister**, directeur régional Europe d'Expedia (lire **L'Hôtellerie Restauration** n° 3309 du 27 septembre 2012) : "l'opacité qui règne dans nos relations est anxiogène". On ne saurait mieux dire.

D'autant que les griefs de la profession portent le plus souvent sur des questions juridiques et commerciales qui s'apparentent à une lutte forcément inégale entre le pot de fer des distributeurs sur internet et le pot de terre des établissements qui, il est vrai, n'ont pas fait preuve à ce jour de la solidarité indispensable pour défendre une cause commune.

En l'absence de tout jeu collectif, le trop fameux individualisme des indépendants conduit à de tristes constats plus ou moins justifiés.

Ainsi, dans ce numéro du journal (lire en page 5), les hôteliers qui ont bien voulu s'exprimer tout en conservant un prudent anonymat déplorent à la fois la parité tarifaire, des taux de commissions excessifs, les allotements obligatoires, les fausses réductions et les détournements de clientèle ! Bigre, cela fait beaucoup pour continuer et approfondir une relation commerciale qui devrait - théoriquement - conduire à un processus de satisfaction réciproque.

Mais comme il n'est guère possible aujourd'hui de se passer de la distribution sur internet, autant renforcer les arguments de négociation les plus pertinents, ne pas renoncer à prendre en main son destin informatique en jouant sur le même terrain (les hôteliers italiens font cela très bien), avec des armes finalement accessibles à qui veut bien s'en donner les moyens. C'est bien connu, dans la jungle le plus agile a toujours sa chance.

L. H.

En bref

Décès de Franck Gomez

C'est avec beaucoup de tristesse que nous avons appris le décès de **Franck Gomez**, président de l'Umih Vaucluse et forte personnalité syndicale, dans la nuit du vendredi 5 au samedi 6 octobre. Il a été inhumé le 10 octobre dans son village de Seguret. L'Hôtellerie Restauration présente ses plus sincères condoléances à son épouse, sa famille et tous ses amis du syndicat.

Trois lauréats pour la dixième édition du prix Goût et santé

La finale de la dixième édition du prix Goût et santé de Maaf assurances s'est tenue le 1^{er} octobre au pavillon Élysée Lenôtre à Paris. Ce concours national ouvert aux métiers de bouche a pour but de valoriser l'alliance entre équilibre nutritionnel et goût des aliments. **Régis Baroncini**, spécialiste du foie gras à Valenciennes (59), est arrivé à la première place avec sa Terrine de homard, gaspacho de poivrons, chips de riz au chorizo et safran. **Bianca Martins**, qui représentait la boulangerie-pâtisserie Walter à Ensisheim (68), a remporté la deuxième place avec sa Charlotte mangue-vanille. **Scott Serrato**, traiteur à domicile à Urrugne (64), est arrivé à la troisième place avec son Pavé de truite de Banka et quinoa aux légumes et s'est vu décerner le coup de cœur de l'APCIG (Association professionnelle des critiques et informateurs de la gastronomie et du vin).

Gilbert Vissian reçoit le titre de Maître restaurateur

Propriétaire du restaurant African Queen sur le port de Beaulieu-sur-Mer (06), **Gilbert Vissian** vient d'obtenir le titre de Maître restaurateur. Comptant bientôt cinquante ans de métier et défendant une cuisine du Sud élaborée à partir de produits frais, Gilbert Vissian fait lui-même son marché auprès des petits producteurs de la Riviera pour rapporter des produits de qualité et de saison.

Grand

Avec une offre originale et de qualité

Les fast-foods florès à Paris

Respectivement créées en 1986 à Londres et en 1993 aux États-Unis, les chaînes Prêt à Manger et Chipotle montrent que les concepts anglo-saxons, quand ils mettent un pied à Paris, font carton plein. Avec une solide réputation qui les précède, ces enseignes se sont assurées des files d'attente dès le premier jour d'ouverture. Saisonnalité, fraîcheur, exotisme, effet nouveauté, bouche à oreille, les clients se précipitent, adhèrent et reviennent. Du côté des food trucks (camions cuisine), c'est la surprise : des camions qui servent des hamburgers en plein Paris, on n'avait jamais vu ça. En quelques semaines, les concepts mis en avant par toutes ces enseignes sont captés et assimilés. Les tickets moyens s'affichent pourtant entre 12 et 15 €, mais lorsqu'on interroge les clients, on comprend vite les débuts de ces success-stories à Paris...

• Saisonnalité et fabrication quotidienne sur place

Après trois établissements ouverts en Île-de-France depuis le début de l'année, l'enseigne londonienne Prêt à Manger s'appête à ouvrir une quatrième adresse à Levallois-Perret (92). Entendu au Prêt à Manger, rue Marbeuf (Paris VIII^e) :

- "Je connais de Londres. J'aime les menus qui changent, l'originalité des recettes, la fraîcheur, le côté sain et l'accueil hyper sympa et efficace."

- "Je viens quasiment tous les jours, je suis vendeur dans le quartier. J'aime la fraîcheur, le choix disponible tout au long de la journée."

- "J'aime le côté fait maison le jour même, la fraîcheur, la variété et les quantités tout à fait acceptables pour le prix, par rapport

à d'autres enseignes similaires dans le quartier."

- "C'est très frais, très bon, l'accueil est vraiment bien et ce n'est pas trop cher par rapport à d'autres établissements du quartier. Il y a souvent des nouveautés et leur [système de carte] sur laquelle on reporte le surplus d'un ticket resto est très pratique."

• Le fast-food français communique et résiste

La saisonnalité, Cojean l'a toujours mise en avant, changeant régulièrement sa carte depuis sa création le 15 novembre 2001. En 2012, l'enseigne parisienne qui vise l'équilibre, la rapidité et le goût, reste attachée à sa façon de travailler "artisanale", souligne **Frédéric Maquair**, cofondateur avec **Alain Cojean**. Les recettes évoluent selon le goût de l'époque comme le lancement cet été du bubble tea, boisson d'origine taïwanaise à base de thé et de billes de tapioca, et l'univers visuel de la marque est sans cesse enrichi. Une lettre d'information est distribuée chaque mois dans les établissements. Y figurent 'la question qu'on nous pose toujours' (comme "pourquoi les frigos étaient-ils quasiment vides à 14 h 30 ?") et sa réponse, des informations sur les nouveautés et une interview d'un membre de l'équipe. Au mois de mai, un livre de recettes *Cojean, tout simplement*, a été publié aux Éditions de la Martinière. Et le 22^e établissement de la chaîne a ouvert fin juin sur le parvis de La Défense.

• La fabrication à la demande

Si quelques enseignes historiques fabriquent leurs hamburgers à la demande depuis longtemps, Subway se différencie en faisant non seulement préparer ses sandwiches à la demande, mais aussi devant les clients. Avec le concept 'créez votre sub', Subway implique encore plus le client dans le sandwich qu'il va commander. La vitrine expose les ingrédients et des milliers de combinaisons sont possibles. Le client est ainsi mis au cœur du choix et de la réalisation.



Prêt à Manger a débarqué cette année de Grande-Bretagne.

angle

Les chaînes Prêt à Manger et Chipotle, fraîchement installées, ne désemploient pas. Parallèlement, deux food trucks indépendants font sensation.

PAR CAROLINE MIGNOT

anglo-saxons font



Un sandwich Cojean, le fast-food à la française.

• La réputation qui précède

Chipotle, l'enseigne américaine inspirée de la cuisine mexicaine, a déchaîné les passions dès son ouverture en mai dernier.

Les Américains vivant à Paris, enchantés de retrouver l'enseigne surtout implantée aux États-Unis et au Canada, sont arrivés dès l'ouverture. Attirés par la nouveauté, les Parisiens se précipitent aussi. Depuis, le service est plus rodé et la file d'attente moins importante. Entendu au Chipotle, boulevard Montmartre (Paris IX^e) :

- "Ma fille vit aux États-Unis. Quand elle a su que Chipotle ouvrait en France, elle m'a dit d'y aller pour voir si c'était aussi bien."

- "C'est une société qui est cotée sur les marchés financiers, je travaille dans la finance et je voulais connaître le produit."

- "J'ai connu l'enseigne aux États-Unis, je viens une à deux fois par semaine, même si je trouve que les proportions sont plus petites et les prix plus élevés."

- "J'habite aux États-Unis, j'y vais régulièrement là-bas. Je suis de passage en France et je vais faire goûter à ma sœur."

- "Je suis Américaine et je vis à Paris. Je ne suis pas du quartier, mais une amie m'a dit qu'un Chipotle avait ouvert."



Des tacos de Chipotle.

• L'arrivée tonitruante des food trucks

Le Camion qui fume et Cantine California sont deux food trucks qui ont récemment vu le jour à Paris. Leur site internet, ainsi que leurs pages Facebook et Twitter informent chaque semaine des emplacements du camion. En se déplaçant dans Paris, ces camions attirent une foule de curieux et le succès est tel qu'il faut attendre presque une heure sa commande. Avec ses burgers typiquement américains, le Camion qui fume participe même à des événements de la vie parisienne, comme le festival Solidays. De son côté, Cantine California s'est spécialisé dans les burgers et les tacos. Son créateur, **Jordan Feilder**, Américano-Canadien, souhaite réunir les produits français de qualité et la tradition de la street-food californienne. Entendu autour de Cantine California, place du marché Saint-Honoré (Paris I^{er}) :

- "On est américains, on vient du XVI^e arrondissement pour déguster un bon burger. On a lu un bon article dans le New York Times."

- "Je connais le Camion qui fume et je veux tester la concurrence."

- "Je l'ai vu sur internet et je travaille dans le quartier."

- "On l'a vu sur le blog de David Leibovitz", un blogueur américain très suivi.

Servis dans des food trucks, les produits acquièrent une nouvelle aura. Les clients semblent redécouvrir le burger ou les tacos. Le personnel avec son accent américain, l'ardoise où l'anglais et le français se mélangent, les tables hautes sans confort, la file d'attente devant un camion, tout cela contribue à un voyage aux États-Unis le temps d'un déjeuner. Le food truck ferait presque oublier les camions pizza, à poulet rôti ou les friteries situés près des gares ou sur les marchés. Déclenchaient-ils le même engouement en plein cœur de Paris ?

• L'origine des produits

Un argument rassurant et qualitatif est commun à tous : l'indication de l'origine des produits. Dans son Carnet de bonnes choses posé sur toutes les tables dans la salle, Prêt à Manger revendique utiliser "des ingrédients frais, préparés chaque jour sur place, sans additifs ni conservateurs suspects", "du lait bio, des œufs pondus par des poules cool élevées en plein air, du cheddar affiné six mois dans une coopérative, de l'emmental produit en France". Le poulet est élevé en Angleterre "selon des standards stricts en matière de respect du bien-être animal". Cojean s'engage à favoriser l'agriculture biologique, intégrée ou raisonnée et à "suivre le rythme de la nature". Chipotle adapte les ingrédients américains à la France selon sa devise 'Food with Integrity' (nourriture intègre) avec du poulet fermier d'Ancenis Label rouge et du bœuf charolais AOC Label rouge. Du côté des food trucks, poulet fermier, bœuf

Le food truck Cantine California.



© CANTINE CALIFORNIA

et bacon sont bios chez Cantine California.

• L'emplacement

La stratégie de ces nouvelles enseignes réside aussi dans le choix très ciblé des emplacements. Sont privilégiés les quartiers d'affaires très fréquentés à l'heure du déjeuner par des clients pressés,

trentenaires ou quadragénaires, appartenant à des catégories socioprofessionnelles élevées. Nombreux sont ceux qui ont déjà voyagé à Londres ou aux États-Unis et qui connaissent Chipotle ou Prêt à Manger. Ceux qui ne connaissent pas avouent être attirés par la foule. Et comme la foule attire la foule, ce n'est pas près de s'arrêter.

Les clés du succès

Jambon-beurre baguette ou pain de mie ?

Le britannique Prêt à Manger, qui ouvrira sa 4^e unité française en octobre, a misé sur le sandwich pain de mie. Le produit phare de l'enseigne, que les Français ne connaissaient jusqu'alors qu'en fabrication industrielle, est confectionné sur place, avec des produits frais. Service rapide, qualité et recherche du goût sont autant d'éléments qui font le succès de l'enseigne.



VIDÉO DÉGILÉ CHARPENTIER

Bernard Boutboul, directeur de Gira Conseil, spécialiste en marketing stratégique et opérationnel, propose en vidéo son analyse des nouvelles tendances en restauration



Retrouvez l'analyse de Bernard Boutboul en vidéo avec le mot-clé **RTR023562** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-dessous



Blog des Experts 'Idées simples pour doper les recettes de votre restaurant' sur www.lhotellerie-restauration.fr

4 L'actualité

À la veille du congrès du Synhorcat

Le Syndicat national des hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs sera en congrès les 17 et 18 octobre 2012. Son président promet des débats intenses.

PROPOS RECUEILLIS PAR SYLVIE SOUBES

Didier Chenet : “Toucher à la TVA, ce serait 100 000 emplois perdus”

L'Hôtellerie Restauration : Deux jours de congrès en perspective et cette phrase en préambule : ‘De notre détermination à tous dépendra l'avenir de chacun’. Est-ce l'annonce d'un durcissement de ton ?

Didier Chenet : Ce congrès est placé sous le signe du combat, dans le sens noble du terme : se battre pour nos entreprises, nos salariés et faire gagner le tourisme en France. Nous commencerons par les ateliers des branches. Nous avons voulu nous donner du temps, pour qu'il y ait un dialogue et des échanges productifs. Que chacun puisse parler de ses spécificités. Pour la restauration dite traditionnelle, c'est la garantie de prestations transparentes et de qualité. À cette occasion, nous présenterons une convention de services associée à un numéro Azur qui permettra à nos adhérents d'obtenir des renseignements sur l'équilibre alimentaire, la diététique, l'hygiène. Le client veut savoir ce qui se passe chez nous. Y-a-t-il un cuisinier aux fourneaux ? La porte d'entrée de cette transparence, c'est le titre de Maître restaurateur. Pour les hôtels, c'est l'accessibilité. Nous resterons extrêmement fermes. On demande au privé ce que le public n'a toujours pas fait. Selon un rapport, seulement 15 % des entreprises publiques sont aux normes. Nous ne sommes pas dans le refus systématique, mais il s'agit de bon sens : on ne peut pas demander à un établissement, où qu'il soit situé, d'être adapté à toutes les formes de handicap. Il y a aussi la transmission des hôtels ; une bonne partie des hôteliers sont arrivés à l'âge de la transmission. Or, les mesures qui sont en train d'être prises par le Gouvernement sont autant de freins à une transmission saine et équilibrée de l'entreprise.

Vous avez également, au sein du syndicat, une branche traiteur très active. Quels seront les axes de travail ?

Les traiteurs organisateurs de réceptions (TOR) se pencheront notamment sur l'agrément CE : c'est un outil qui permet de travailler dans d'autres pays d'Europe et c'est un moyen de se développer. Actuellement, et on le voit tout particulièrement dans les régions frontalières, les traiteurs étrangers se déplacent. Même chose sur les grands salons. À nous de nous inscrire dans ce mouvement. Le principal problème du traiteur, c'est le chargement et le déchargement. Faire 50 ou 300 kilomètres, peu importe. C'est l'équipement qui prime. Nous avons aussi les établissements de prestige qui vont se réunir. Osons parler du luxe ! Il y a de nombreux sujets : l'alourdissement de la fiscalité, la concurrence internationale, une clientèle mondialisée et d'une grande exigence... Le Syndicat national des discothèques et lieux de loisirs, qui est un syndicat associé, tiendra également son assemblée générale. Elle sera suivie d'une table ronde sur les violences de la société. L'avenir des discothèques passe par la professionnalisation et une approche de la sécurité différente et renforcée.

Quelle place allez-vous donner au dossier internet ?

Nous terminerons cette première journée par une heure de séance plénière sur le thème d'internet.

Nous ferons le point sur les actions menées. Moraliser internet est une nécessité. Il ne faut pas que ce soit une jungle où n'importe qui émet n'importe quel avis. Nous mettrons aussi l'accent sur l'importance d'avoir son propre site. Si nous voulons garder la maîtrise de nos ventes, nous devons faire en sorte de capter la clientèle. Il ne faut pas qu'elle nous échappe en passant par des intermédiaires. **Philippe Mariny**, président de la commission des finances du Sénat, interviendra sur le thème de l'Europe. Pour rappel, les commissions que nous reversons à certains sites échappent totalement à la fiscalité française.

Les 17 et 18 octobre, le Synhorcat soufflera ses dix bougies...

Ce congrès marque en effet les dix ans du Synhorcat qui est né du rapprochement entre le Syndicat national des restaurants, limonadiers et hôteliers (SNRLH) et le Syndicat français de l'hôtellerie (SFH) qui étaient les deux plus anciennes corporations professionnelles du secteur. Elles ont été créées autour de 1876. L'une était forte dans les métiers de bouche, l'autre dans l'hôtellerie. Il fallait construire une structure cohérente, unir nos forces pour peser davantage et nous développer. Nous étions à l'époque à 90% parisiens. Aujourd'hui, le Synhorcat n'est plus qu'à 55 % parisien. L'Apiih, qui nous a rejoints, est totalement indépendante dans son développement. L'association s'appuie en revanche sur notre expertise juridique, fiscale, sociale, etc. Le Synhorcat entend bien continuer à se développer. La moitié de la profession n'est pas syndiquée et c'est cette partie que nous voulons conquérir.

Le jeudi 18, suite des travaux avec deux grosses séances plénières et une large place faite à l'avenir du tourisme...

Nous aborderons l'emploi et la formation. D'un côté nous devons nous investir dans l'intégration des jeunes ou des seniors, la fidélisation des salariés. Et de l'autre, nous devons aborder le chômage technique : comment éviter de mettre la clé sous la porte, comment passer un cap difficile ? Second volet : les crédits. Nous manquons de financements. Comment, actuellement, financer l'achat, la création ou les investissements d'un établissement ? Il y a Oséo bien sûr, mais pas seulement. Quelles sont les solutions alternatives ? L'après-midi, nous ferons le point sur les travaux avant de laisser la parole au cabinet Deloitte qui nous présentera son ‘Étude comparative sur les conditions d'accès et d'exercice des principaux métiers du secteur des CHR et analyse des leviers d'action’, qui a été réalisée en exclusivité pour le Synhorcat. **Christian Mantéi**, directeur général d'Atout France, interviendra également.



Didier Chenet, président du Synhorcat, tire le signal d'alarme : “Nous sommes en pleine crise, les tickets moyens baissent et nous sommes dans une instabilité fiscale dangereuse.”

Où en êtes-vous du calendrier imposé par la ministre Sylvia Pinel ?

La profession travaille de manière unitaire, c'est une vraie force. Nous avons remis à **Sylvia Pinel** le rapport sur le volet prix. Notre calcul s'appuie sur un indice pondéré qui prend en compte pour 30 % l'évolution des matières premières, 42 % les frais de personnel, 10 % les loyers commerciaux et l'immobilier, le reste étant l'indice du coût de la vie. Et nous sommes dans les clous,

contrairement à ce que certains disent. Nous avons également rendu notre copie sur l'emploi. Ce que nous espérons, c'est que ce débat soit réellement contradictoire et sans arrière-pensées. L'avenant au contrat d'avenir prolonge celui-ci de trois ans : du 1^{er} juillet 2012 au 1^{er} juillet 2015. Tirer des enseignements de l'avenant seulement trois mois après le début de son application effective me paraît un peu léger. Surtout que nous devons faire face à un environnement économique qui est loin de s'arranger. Nous sommes en pleine crise, les tickets moyens baissent et nous sommes dans une instabilité fiscale dangereuse. Nos salariés viennent de prendre de plein fouet la refiscalisation des heures supplémentaires. Le climat n'est pas à l'investissement et, en plus, on nous annonce des mesures rétroactives. Comme si une entreprise pouvait revenir en arrière sur ses achats, sa production, sa gestion... Toucher à la TVA, ce serait 60 000 à 100 000 emplois perdus et autour de 12 000 établissements qui devraient mettre la clé sous la porte.

CONGRÈS PRATIQUE

10^e congrès du Synhorcat, les 17 et 18 octobre 2012

• Hôtel George V • 31 avenue George V
• 75008 Paris

Mercredi 14 h 30 : ouverture.

15 heures : début des ateliers. Branche restaurants, cafés, bars, brasseries : 2013, l'année de tous les défis. • Hôtels : Le compte à rebours est déclenché.

• TOR : Face à la crise, se donner les moyens de conquérir de nouveaux marchés.

• Établissements de prestige : Vous osez parler de luxe ! • Discothèques et établissements de nuit : La nuit, tous les chats ne sont pas gris !

18 h 30 : séance plénière sur le thème de la moralisation d'internet.

19 h 30 : soirée anniversaire.

Jedi 9 h 15 : séance plénière sur le thème Nos entreprises et nos emplois, une chance pour la France. **14 heures** : seconde séance plénière sur le thème L'avenir, c'est maintenant.

18 h 30 : clôture du congrès.

L'actualité

Parité tarifaire, allotements obligatoires, référencement

Les hôteliers indépendants ou affiliés à une chaîne volontaire n'en peuvent plus. Ils ont l'impression de subir le joug de Booking.com, Expedia et consorts.

Face aux agences en ligne, les hôteliers indépendants se rebiffent



De nombreux professionnels s'insurgent contre les fausses promotions sur Booking.com comme sur d'autres sites de réservation en ligne.

L'agence de réservation en ligne Booking.com, en position dominante en Europe, loin devant l'américaine Expedia, concentre les critiques des hôteliers. "Booking n'accepte aucune remarque", déclare l'un d'entre eux qui préfère témoigner sous couvert d'anonymat, de peur de se voir retirer du réseau. Ce qui fait l'unanimité contre elle, c'est la parité tarifaire. "Nous sommes contraints de donner le même prix à tout le monde en même temps, déclare un autre hôtelier, mais sur Booking, nous devons soustraire entre 15 et 25 % de commission sur les réservations." Et ce n'est pas tout : "Les agences en ligne possèdent plusieurs marques, ce qui leur permet de proposer sur certains sites des 'promotions' en affichant deux tarifs, l'un majoré et barré, l'autre étant une soi-disant promotion... en réalité, le tarif normal." Une pratique que les hôteliers dénoncent pour deux raisons : d'une part, le client pense faire une affaire alors qu'il va payer le prix réel et, d'autre part, l'hôtelier voit ses tarifs être repris à son insu.

DÉTOURNEMENT DE CLIENTÈLE

Plus grave encore, les hôteliers sont confrontés à un détournement de clientèle. L'agence de réservation en ligne

n'hésite pas à acheter le nom des hôtels en mot-clé pour obtenir un meilleur référencement et se placer avant le site de l'hôtel dans les moteurs de recherche. En outre, elle "s'approprie les photos et les textes des hôtels pour les mettre sur son site sans nous demander notre avis, ce qui n'est pas acceptable", regrette un professionnel.

Les hôteliers dénoncent également les contrats léonins, le fait que ces agences en ligne ne relèvent généralement pas du droit français (Booking, par exemple, a son siège aux Pays-Bas), les commissions trop élevées et qui sont réglées sur le prix TTC, "ce qui revient à commissionner la TVA". Enfin, ils réclament que l'on étudie la parité tarifaire, qui revient, pour certains, au principe d'entente sur les prix et ils veulent mettre en place un système de bonnes pratiques pour préserver l'existence des hôtels.

Le mouvement prend de l'ampleur. Ainsi, le site Reservationdirect.com regroupe de plus en plus d'hôteliers dénonçant ces pratiques. Mais ceux-ci veulent aller plus loin et font appel aux pouvoirs publics tout en lançant une campagne d'information auprès des clients. Le combat est lancé ; il s'annonce rude.

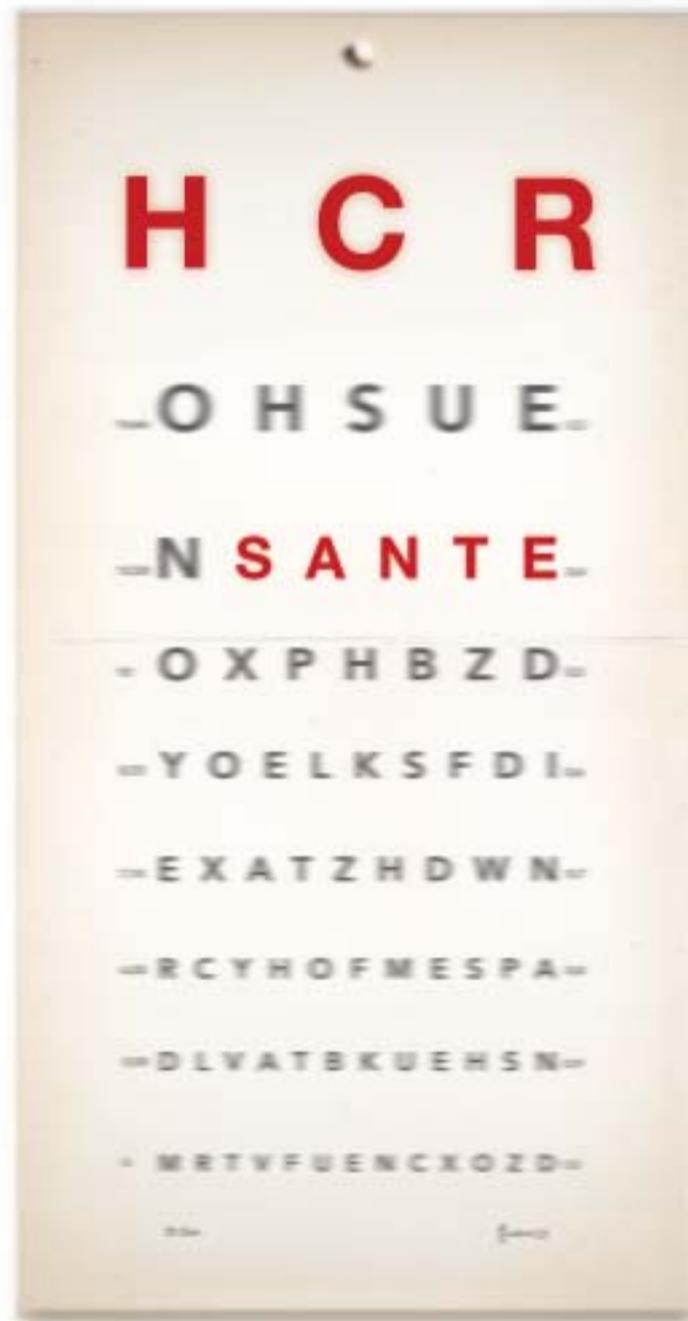
EVELYNE DE BAST

UN PROFESSIONNEL TÉMOIGNE

"Les hôteliers s'organisent de manière atomisée et leur individualisme les condamne à ouvrir ce marché aux plus réactifs. Or, le sauveur attendu pour aider l'hôtellerie s'est transformé en ogre redoutable dont la stratégie sournoise n'a qu'un seul but : cannibaliser notre profession et nos patrimoines. Pour cette raison, il faut dire stop maintenant aux agences en ligne, car des milliers d'emplois sont menacés ! Il faut dénoncer l'idée selon laquelle ces agences en ligne offrent les prix les plus bas du marché - c'est faux - et informer l'internaute par tous les moyens possibles. Nous devons réunir politiques, syndicats et agences en ligne autour d'une même table. Il faut également appliquer la loi sur la concurrence : supprimer la parité tarifaire, la parité d'inventaire, les allotements... Nous devons dénoncer les détournements de clientèle, les faux tarifs affichés, les réductions mensongères. Il faut interdire les commissions usurières qui pillent les marges des hôteliers, supprimer les commissions sur les réservations franco-françaises et exiger le référencement de tous les hôtels français sans conditions."

Salariés des Hôtels - Cafés - Restaurants

Avoir une bonne vue, c'est CAPITAL !



COMTICO - Charlotte Pelissot - Crédit photos : Fotolia

SANTÉ
HCR

À l'occasion de la Journée Mondiale de la Vue, le 11 octobre 2012, votre régime HCR Santé vous permet en tant que salarié des HCR d'avoir une prise en charge performante sur vos frais d'optique. N'hésitez pas à faire contrôler votre vue auprès d'un spécialiste et ainsi profiter des garanties avantageuses si besoin.

Pour exemple : remboursements d'une paire de lunettes entre 418,25€ et 694,08€.

Pour plus d'informations, rendez-vous dès à présent sur www.hcrsante.fr

* selon correction et garanties prévues au contrat

INFORMATIONS SALARIÉS ASSURÉS
N°Azur 0 811 460 665
PRIX APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LE RÉGIME
N°Vert 0 800 427 001
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE
DU LUNDI AU VENDREDI DE 9H À 18H

DOM : 02 54 88 38 12

Ile de la Réunion : 02 62 900 100
Autres DOM : 01 30 44 54 17

Pour en savoir plus sur le régime HCR Santé, rendez-vous sur :
www.hcrsante.fr et Facebook HCR Santé

6 L'actualité

Des élections tenues dans un esprit de sérénité

Hubert Jan a été élu à la restauration, Laurent Duc est renouvelé aux hôteliers et Thierry Grégoire aux saisonniers.

L'Umih a renouvelé ses branches

L'Umih a élu ses nouveaux dirigeants de branche le 3 octobre dernier. Pas de réelle surprise à l'issue du scrutin bien que le renouvellement des équipes soit au rendez-vous. Chez les restaurateurs, un seul ticket se présentait : **Hubert Jan**, président de l'Umih 29, associé à **Jean Terlon**, président de l'Umih 91. Deux cuisiniers d'expérience bien décidés à "défendre les petites entreprises, celles de moins de dix salariés, qui représentent le socle de notre activité", ont-ils martelé dans leur discours de présentation. Ils ont d'ores et déjà annoncé un changement de statuts permettant l'adoption d'un autre nom de branche : Umih Restauration. Une lisibilité nécessaire par grand vent. Les deux hommes prennent, en effet, le relais dans un contexte économique morose et compliqué sur fond de remise en cause du taux de la TVA. Parmi leurs objectifs, l'installation effective d'une branche traiteur-organisateur de réception au sein de la rue d'Anjou.

Chez les saisonniers, **Thierry Grégoire**, président de l'Umih Nord-Pas-de-Calais, était candidat à sa propre succession. Pas de liste concurrente mais un nouveau vice-président : **Yves Larrouture**, président de l'Umih Béarn et Soule, qui vient ajouter la carte de la ruralité au secteur. Thierry Grégoire a rappelé la transversalité de la branche et surtout la nécessité "d'innover et d'anticiper". Combattre la précarité, sécuriser les parcours, se mettre à la portée des entreprises et des salariés sont au cœur des priorités de la Fédération nationale des saisonniers pour les années 2012-2016. Chez les hôteliers, deux candidatures. Celle de



Jean Terlon et Hubert Jan (de gauche à droite) sont les nouveaux dirigeants de la branche restauration de l'Umih.

Laurent Duc, président de l'Umih Rhône, candidat lui aussi à sa propre succession, avec trois vice-présidents, comme le prévoient les nouveaux statuts : **Évelyne Maes** (vice-présidente d'Umih 75), **Nathalie Baudoin** (présidente des hôteliers de l'Umih 84) et **Michel Galerne** (président des hôteliers de l'Umih Lille) a devancé celle emmenée par **Jean-Pierre Ghiribelli**, président de l'Umih 83. Le slogan des nouveaux dirigeants de la Fédération française de l'hôtellerie : 'Construisons l'hôtellerie française de demain'. Un chantier qu'ils entendent mener aux niveaux local, national et international.

TVA : LA MENACE EST RÉELLE

Les résultats connus, **Roland Héguy** a salué l'esprit "serein" dans lequel ces élections ont eu lieu. Mais le chef de file de la rue d'Anjou est inquiet et appelle au rassemblement : "Dans chaque branche, nous allons connaître des passages difficiles. Des tempêtes, nos métiers en ont toujours connus. Mais jamais nous n'avons vécu une telle crise du pouvoir d'achat. Ni une telle crise des finances publiques." Pour le président confédéral de l'Umih, la "menace" d'un relèvement du taux réduit de TVA grandit. Depuis le mois de juin, les dirigeants du syndicat ont multiplié les rencontres avec les députés de la majorité, les ministres, les membres de cabinet : **Pierre Moscovici**, **Thomas Thévenoud**, **Christian Eckert**... Et même "si rien ne bougera avant 2013", selon Roland Héguy, la mobilisation doit continuer et s'accroître. Les



Yves Larrouture (à gauche) accompagne Thierry Grégoire dans son nouveau mandat.

politiques "ne connaissent pas le périmètre du taux réduit. (...) Et ils ne connaissent pas non plus les termes du contrat d'avenir", constate-t-il. Son mot d'ordre : aller à la rencontre des parlementaires sur le terrain et durcir le travail d'explication entamé, parler des conséquences d'un relèvement du taux. Il y aurait "la disparition de la prime TVA alors que nos salariés viennent déjà de subir la fin de l'exonération des heures supplémentaires. Pour nous, patrons, il est insupportable de voir la détresse de nos salariés qui, pour un même travail, percevront 100 € de moins [par mois]".

Pour Roland Héguy, la remise en cause du contrat d'avenir serait synonyme de "régression sociale", un sentiment largement partagé dans la salle. D'autres dossiers chauds attendent la profession : l'accessibilité, les sites de réservation en ligne, l'entreprise indépendante, la transmission d'entreprise, le paracommercialisme ou encore la resyndicalisation du secteur, qui sera l'un des thèmes principaux du prochain congrès de l'Umih, du 27 au 29 novembre à Dijon (21).

TEXTE : SYLVIE SOUBES

VIDÉOS : CÉCILE CHARPENTIER



De gauche à droite, l'équipe des hôteliers : Évelyne Maes, Laurent Duc, Nathalie Baudoin et Michel Galerne.

Retrouvez les élections de branches de l'Umih en vidéo avec



le mot-clé **RTR623528** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-contre

"Un sujet primordial"

En 2005, les 3 500 chefs Euro-Toques avaient adressé une lettre ouverte aux gouvernements européens au sujet de leurs craintes sur les organismes génétiquement modifiés. La récente actualité relance les doutes des chefs de la branche française d'Euro-Toques.

Les OGM et les doutes d'Euro-Toques

Réunis le lundi 24 septembre dernier à Paris, les délégués régionaux Euro-Toques France ont réaffirmé leur extrême méfiance vis-à-vis des OGM dans un communiqué : "L'étude menée par le biologiste français **Gilles-Éric Séralini** (université de Caen), qui quand bien même fait l'objet de controverses, remet en lumière un sujet primordial sur lequel les autorités ne sont pas assez

mobilisées. L'Autorité européenne de sécurité des aliments (Efsa) délivrera la semaine prochaine une analyse scientifique de cette étude. Il est indispensable que les autorités s'emparent sérieusement de ce dossier, et qu'elles ne discréditent pas, sous la pression de certains lobbies agro-alimentaires, ceux et celles qui travaillent sur le sujet. Euro-Toques attend des études complémentaires, transparentes,

concertées et s'interroge depuis longtemps sur la non-application du principe de précaution dans ce domaine. La réglementation européenne impose un étiquetage signalant la présence d'OGM pour les produits qui en contiennent plus de 0,9 %. Ce n'est pas suffisant ni satisfaisant. Nous sommes en droit de savoir s'il y a des OGM ou pas. On sait que le plus gros risque provient de l'alimentation importée

pour les animaux, puisque la culture des OGM est interdite en France. Dans l'état actuel des connaissances, nous sommes donc favorables à un étiquetage 'sans OGM'. On est en droit de s'interroger sur le nombre croissant de maladies et d'allergies de ces dernières décennies. Les cuisiniers sont des gens pragmatiques qui doutent, tout comme les consommateurs." **L. C.**

L'actualité

“Les 450 employés resteront en poste”

La jeune société créée par Stanislas Dewynter vient d'acquérir les 11 établissements du Groupe Frères Blanc. Les deux parties travailleront de concert durant une période d'intégration, jusqu'à fin décembre.

SDW Services rachète l'enseigne Chez Clément



De gauche à droite, **Jean-Michel Texier**, président du Groupe Frères Blanc, et **Stanislas Dewynter**, président de SDW Services, ont signé le protocole de cession le 28 septembre dernier.

Le protocole de cession de l'enseigne chez Clément Restaurants d'hôtes (11 unités) a été signé le 28 septembre dernier entre le Groupe Frères Blanc et la société SDW Services. Le montant de ce rachat n'a pas été communiqué. “Malgré des difficultés financières, le Groupe Frères Blanc a fait l'objet d'un fort travail de repositionnement depuis 2008, ce qui nous a permis de voir l'avenir plus sereinement”, assure **Jean-Michel Texier**, aux commandes du groupe de

restauration traditionnelle parisienne de 26 établissements (pour 117 M€ de chiffre d'affaires en 2011). “Nous avons choisi la société SDW Services car elle partage les mêmes valeurs que les nôtres : les équipes sont au cœur du métier et une grande attention est portée aux clients.”

Créée en 1999 par **Stanislas Dewynter**, SDW Services, société de restauration en concession, regroupe 12 établissements (36 M€ de chiffre d'affaires) situés dans des lieux culturels et sportifs comme Le Saut du loup, Les Jardins de Bagatelle, Les Marches du palais, Les Deux Étangs... “Notre intention est de poursuivre le développement de l'enseigne Chez Clément restaurants d'hôtes. Les 450 employés resteront en poste. Il n'y aura pas de changement ni dans la décoration ni dans la carte des onze établissements”, précise Stanislas

Dewynter. Les deux parties travailleront de concert durant une période d'intégration jusqu'à fin décembre.

Olivier Lamory, directeur opérationnel de l'enseigne, reste sur le dossier. Cette vente permettra au Groupe Frères Blanc “de se désendetter et de se recentrer sur ses 15 grandes brasseries et restaurants parisiens”, explique Jean-Michel Texier. **HÉLÈNE BINET**

EN CHIFFRES

- 11 établissements à Paris
- 36 M€ de chiffre d'affaires
- Ticket moyen : 28,50 € TTC
- 450 employés

En bref

Equip'Hôtel 2012 met les arts de la table en valeur

Cette année, le salon Equip'Hôtel - qui se tiendra du 11 au 15 novembre à la porte de Versailles (Paris, XV^e) - dédie un showroom de 168 m² aux arts de la table, démontrant ainsi que l'univers de la salle a son importance dans le secteur de l'hôtellerie-restauration. Imaginé par **Sylvie Amar**, designer spécialisée dans l'hôtellerie, le studio des arts de la table mettra en scène les dernières tendances et nouveautés du secteur à travers trois espaces d'exposition, un espace démonstration et un espace réflexion.

Retrouvez le programme du studio arts de la table avec le mot-clé **RTR423447** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr



OKI



CHEZ METRO, PROFITEZ D'UNE **INCROYABLE OFFRE DE RENTRÉE !**



459^{HT} €

MC362dn

Le multifonction 4 en 1 pour les petites entreprises ou les groupes de travail.

80^{TTC} €
REMBOURSÉS*

- Impression, scanner et copie recto-verso, fax
- Du A6 au A4 et bannières jusqu'à 1,32 m de long
- Papier jusqu'à 220 g/m²
- 1 à 10 utilisateurs
- Garantie 3 ans sur site**

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

www.equipe-oki.fr/metro

Stratégies Durables

* Offre de remboursement de 80 € TTC, valable du 1^{er} au 31 octobre 2012, pour l'achat d'un multifonction OKI MC362dn.
** Sous réserve d'enregistrement du produit dans les 30 jours suivant l'achat sur le site www.oki.fr/garantie.
Voir les conditions détaillées sur le site www.oki.fr/garantie

Offre réservée aux professionnels

Commandez votre imprimante immédiatement sur **METRO.fr** et faites vous livrer !

Pour plus d'information : **N°Indigo 0 825 09 09 09** 0,15€TTC la minute

METRO

À vos côtés pour défendre votre indépendance

METRO Cash and Carry France - 5 rue des Grands Près 92024 Nanterre Cedex - MCCF, SAS au capital social de 45 750 000 € - RCS Nanterre B 399 315 613. Prix indiqués sous réserve d'erreurs typographiques. Les articles sont disponibles sous réserve de rupture de stocks due à des retards de livraisons.
Entrepôt Equipement de la région parisienne : Bobigny - Chennevières sur Marne - Evry Lisses - Nanterre - Villeneuve la Garenne - Vitry sur Seine - Trappes.
Entrepôt Equipement de province : Avignon - Bordeaux - Caen - Cannes - Fréjus - Gradignan - Grenoble / Sassenage - Hémin Beaumont - Les Pennes Mirabeau - Lomme Lez Lille - Lyon / Limonest - Lyon / Vaulx en Velin - Marseille La Valentine - Metz - Montpellier - Mulhouse / Kingersheim - Nantes - Nice - Reims - Rennes - Rouen - Saint Etienne - Six Fours - Strasbourg - Toulouse

Restauration

300 repas à servir chaque jour

Paris Entouré d'une équipe heureuse de travailler dans ce cadre magnifique, le chef s'épanouit dans l'hôtel particulier, siège du Premier ministre.

Dans les cuisines de Matignon avec Christophe Langrée

Il y a quatre ans, **Christophe Langrée** apprend par son ami **Alain Passard** que l'hôtel Matignon, résidence officielle du Premier ministre, cherche un chef cuisinier. Après un entretien et deux repas tests, il décroche le poste. Ce natif de Saint-Malo (35) a baroudé, de l'Hôtel de Bourbon à Bourges (18) où il décroche une étoile *Michelin*, au Clos du chanoine à Saint-Malo, avant de partir pour Londres au W'Sens de **Jacques et Laurent Pourcel**, puis en Polynésie, à Saint-Barthélemy. La restauration à Matignon, "cela fonctionne un peu comme un room service dans un hôtel", explique Christophe Langrée. Les collaborateurs du Premier ministre travaillent tard et mangent souvent midi et soir dans leur bureau. Leurs repas sont alors servis sur plateau. Conseillers, secrétaires, gendarmes, policiers, personnel de cuisine : cela représente 300 repas à servir par jour. Sauf changements de dernière minute, les menus sont établis pour deux semaines par le chef et sa seconde **Martine Bauer**. L'équipe compte vingt personnes, dont quatre en pâtisserie. Le chef pâtissier est **Gaël Clavière**, ancien de La Maison du Chocolat, Fauchon et Potel & Chabot. Lorsqu'il est nommé à Matignon, **Jean-Marc Ayrault** donne des consignes claires : "Il a tout de suite [établi un rapport de] confiance, ce qui m'a fait plaisir", sourit Christophe Langrée qui considère que son rôle est d'être à l'écoute des collaborateurs et de tout faire pour leur bien-être. "Bien manger contribue aussi à ce qu'ils soient détendus et fassent



De gauche à droite, le chef cuisinier de Matignon **Christophe Langrée**, sa seconde **Martine Bauer** et le chef pâtissier **Gaël Clavière**.

du bon travail pour notre pays, quelle que soit la couleur politique. Les goûts sont assez classiques. Nous adorons préparer les travers de porc, avouent complices Christophe Langrée et Martine Bauer, pourtant, dès qu'on en sert, beaucoup nous disent avoir choisi le plat végétarien ou le poisson." Il semble par contre que ce soit la razzia sur les salades Caesar, les burgers, les côtes de bœuf et les frites.

PRODUITS FRANÇAIS, DU MARCHÉ ET DE SAISON

Tous les produits sont frais et préparés sur place. Au déjeuner ce jour-là, c'est œufs mimosa, joues de porc confites au cidre et Andalouse (un entremets chocolat-citron). En plus des plats servis midi et soir, Christophe Langrée est en charge des repas officiels, ainsi que des cocktails. Plus sophistiqués, les menus sont composés selon les invités, leur nationalité et le temps dont ils

disposent. Le choix des vins revient au sommelier. Matignon achète toujours ses vins en primeur (pour un coût moindre) et de façon à représenter toutes les régions. L'approvisionnement se fait en marché public, de façon très encadrée. Pour se renouveler au quotidien, la remise en question est primordiale avoue Christophe Langrée : "On s'inspire des produits français, du marché. J'incite mon personnel à lire la presse féminine, cela permet de voir les produits de saison et les tendances du moment". Deux équipes se succèdent ; l'une de 7 h 30 à 15 heures, l'autre de 15 heures à 22 h 30. Recrutée il y a quelques mois, **Julie Bavant**, commis de cuisine, s'en réjouit : "Cela a radicalement changé ma vie. Je suis passée de 15 heures de travail par jour à une organisation sereine. En même temps, nous servons entre 40 et 250 personnes. Les quantités sont impressionnantes, mais les menus changent tous les jours, il y a une respiration, de la diversité. La mise en place est celle d'un restaurant, mais le service est très différent." Certes, il n'y a pas la pression de service d'un restaurant, le chef est clair à ce sujet : "Pour un jeune, ce n'est pas une bonne école pour commencer. Il faut d'abord avoir burlingué dans les restos, connu la pression, développé ses connaissances, son savoir-faire et pour cela, il faut souvent changer de maison."

CAROLINE MIGNOT

Une première édition réussie

Marseille La deuxième ville de France, véritable carrefour des cuisines populaires du bassin méditerranéen, a enfin son rendez-vous gastronomique.

Le festival Gourméditerranée a trouvé son public



De gauche à droite, le jury en pleine délibération : **Michel Portos**, **Lionel Levy**, **Gérald Passédat**, **Éric Sorek**, directeur programmes France Bleu Provence, et **Guillaume Sourrieu**.

Lorsque l'association Gourméditerranée a été créée début 2012, le président **Gérald Passédat** (Le Petit Nice), le vice-président **Lionel Levy** (Une Table au sud), et le trésorier **Guillaume Sourrieu** (L'Épuiette) n'avaient pas imaginé que leur projet fonctionnerait aussi vite. "Nous nous sommes simplement réunis avec des amis, de Marseille et des environs, des restaurateurs, cavistes, chocolatiers ou pâtisseries", explique Gérald Passédat. Au départ, nous souhaitons montrer que Marseille avait une identité culinaire propre, une énergie, que la gastronomie marseillaise et

provençale existait et qu'il était important d'en parler à l'aube de Marseille-Provence 2013. Avec l'impact de ce premier festival, l'association prend de l'ampleur."

Pendant trois jours, du 22 au 24 septembre, le festival Gourméditerranée s'est déroulé sous un chapiteau de 400 m² : une scène centrale avec deux fourneaux professionnels a accueilli des animations qui se sont succédé sans relâche. Une quinzaine de producteurs ont été invités à s'installer tout autour de cette cuisine. Peu habitués à vendre aux particuliers, ces fournisseurs de restaurants ont vu leurs produits mis en valeur lors des démonstrations des chefs.

UN CONCOURS PASSIONNÉ

La finale du concours de cuisine a été sans aucun doute l'un des temps forts de cette première édition. Deux amateurs présélectionnés ont été coachés par des chefs dans leur restaurant. Lors des épreuves, les coaches ont pu conseiller leur candidat, mais sans l'aider matériellement. La tension était palpable et le public a joué le jeu en soutenant les candidats avec beaucoup de passion. Pour les chefs de Gourméditerranée investis dans le comité de pilotage, il n'a pas été facile de concilier

un restaurant au quotidien et l'organisation d'un tel projet. Le public est venu en nombre, et les partenaires et producteurs sont unanimes : cette première édition fut un réel succès. "Le festival Gourméditerranée était à l'origine une initiative privée, imaginée par une association de chefs. Avec le soutien des collectivités locales - la mairie de Marseille, le conseil général, Marseille-Provence métropole et la chambre de commerce et d'industrie, cet événement est devenu le succès de tout un territoire", se réjouit Gérald Passédat. Reste à transformer l'essai en 2013, à l'occasion de cette année charnière qui verra Marseille devenir capitale de la culture.

ANNE GARABÉDIAN

Les chefs avec les élèves du lycée hôtelier de Bonneveine.



“Un menu le midi à moins de 40 € en moins de quarante minutes”

Pierre Meneau - fils de Marc et Françoise Meneau, Relais & Châteaux L'Espérance à Saint-Père-en-Vézelay - et Flora Peuch, sa compagne, viennent d'ouvrir leur premier restaurant à Paris. À 26 et 24 ans, les tout jeunes patrons ne manquent ni d'ambition ni de motivation.

Crom'Exquis, le clin d'œil au père

Le cromesquis de foie gras aux truffes de **Marc Meneau** a inspiré le fils. Au moment de choisir le nom de son restaurant, **Pierre Meneau** a décidé de jouer sur les mots autour de ce plat de référence. Cela donne le savoureux Crom'Exquis. Un joli clin d'œil à celui qui lui a transmis sa passion pour la cuisine.

C'est dans les murs de l'ancien Relais d'Astorg, dans les beaux quartiers parisiens, que Pierre Meneau et sa compagne **Flora Peuch** ont posé leurs valises. Ces deux anciens de l'école hôtelière de Glion, l'un étant passé par tous les postes en cuisine chez **Michel Guérard** à Eugénie-les-Bains (40), l'autre à la réception de l'Hôtel de Paris à Monaco et à L'Espérance (89), n'ont pas de temps à perdre. “Nous avons la passion et la motivation pour nous lancer tout de suite. Pourquoi attendre ? Nous avons travaillé notre business plan, trouvé le lieu, traversé les six mois de travaux, recruté huit personnes et, depuis l'ouverture, nous sommes complet”, constate Pierre Meneau. “Nous voulions nous faire notre propre expérience. Créer notre entreprise, vivre une ouverture, avant de reprendre un jour L'Espérance”, complète Flora Peuch.

DEUX OFFRES DISTINCTES

“Ici, le concept est dans l'assiette et dans le service”, lance Pierre Meneau. Quand on veut créer un restaurant, il n'y a qu'une alternative : trouver une idée qui aura une durée de vie limitée et se renouveler régulièrement, ou viser le statut d'institution et s'inscrire dans la durée. J'ai choisi la deuxième solution.” Le restaurant peut accueillir jusqu'à 46 convives. Le soir, les clients, assis sur



Pierre Meneau et Flora Peuch se partagent cuisine et salle.

des banquettes rouges ou des chaises noires Kartell par Starck, dînent sur des tables nappées, avec assiette de présentation et bougie, tandis que, le midi, les assiettes sont disposées sur des sets de table. Deux ambiances et deux offres distinctes. Pour déjeuner : choix parmi 3 entrées, 3 plats, 3 desserts qui changent toutes les semaines. Deux formules : entrée + plat + dessert à 28 € et entrée + plat + dessert à 39 €. “Un menu à moins de 40 € en moins de quarante minutes, c'est mon idée initiale. Et si un client prend un plat en direct et un dessert, c'est vingt minutes”, précise le jeune patron. Il y a

beaucoup d'entreprises dans ce quartier. Cela marche très fort le midi. Nous allons même bientôt ouvrir dès 8 heures le matin pour accueillir cette clientèle avec un petit déjeuner simple et bon. Il y a une demande pour cela.”

Le soir, la carte se compose de 6 entrées, 6 plats (25 à 39 €) et 5 desserts. Le ticket moyen s'élève alors à 55 € hors boissons. “Le soir, nous retrouvons les habitués de L'Espérance, qui représentent 80 % des couverts”, souligne Pierre Meneau. D'ailleurs, le premier mardi de chaque mois, ils pourront retrouver la cuisine de Marc Meneau qui proposera un menu à thème, souvent en référence aux

grands plats de l'histoire de la cuisine, à 90 € hors boissons. Le Crom'Exquis mise aussi sur son bar à cromesquis. “Nous avons développé de nombreux parfums : aux escargots, aux fruits de mer, au pied de porc, framboises, caramel au beurre salé. De 18 heures à 20 heures, les clients pourront en déguster deux différents chaque jour”, indique Flora Peuch. Il y aura aussi, bien évidemment, le cromesquis au foie gras, truffes et porto de Marc Meneau.

NADINE LEMOINE

Crom'Exquis - Pierre Meneau

• 22 rue d'Astorg • 75008 Paris
• www.cromexquis.com

AU MENU

Œuf au plat, crème de petits pois au lard fumé, poêlée de girolles ; Crêpes de maïs au foie gras ; Cabillaud au parmesan, sauce au jus de viande et épinards au citron confit ; Gougeonnettes de sole aux gnocchis et brunoise de tomate ; Veau au caramel amer, tatin d'endives ; Suprême de volaille au homard, risotto à l'estragon...

Desserts : Crème brûlée de grenade au safran, Poire et granité au vin rouge, Tarte tiède au chocolat...



“Je voulais une déco gaie, sympa”, confie Pierre Meneau. Aux murs, nous avons accroché des lithographies colorées d'artistes contemporains comme **Jean-Pierre Pincemin** ou **Claude Viallat**, en collaboration avec les ateliers Crommelynck. Elles changeront régulièrement.”

11-15 NOVEMBRE 2012 • PARIS-PORTE DE VERSAILLES • HALL 7.3

TRANSGOURMET MARKET

Plus grand, plus fort, plus frais !

INNOVATION

L'événement culinaire du salon EQUIP'HOTEL !

PLUS GRAND : plus de 250 marques de produits alimentaires pour les professionnels de la restauration sur un espace de 4600 m ²	PLUS FORT : plus de 30 démonstrations culinaires en continu, des innovations, des solutions rentables pour votre activité	PLUS FRAIS : toutes nos solutions pour vos cartes, viandes fraîches, marées, primeurs, desserts...
---	---	--

Et toujours des offres exclusives et des promotions spécifiques !

EQUIP'HOTEL PARIS
PORTE DE VERSAILLES, FRANCE
11-15 NOV. 2012

TRANSGOURMET
Engagé à vos côtés

Demandez gratuitement votre badge d'entrée sur : www.transgourmet.fr/transgourmet-market

Ouvert depuis 2007

En cinq ans, le chef Charles Fontès a fait de cet établissement, installé au bord du Lez, une table réputée de la région.

Les produits languedociens à l'honneur à la Réserve Rimbaud



Charles Fontès, le chef de la Réserve Rimbaud : "Je suis intraitable sur la qualité."

j'ai rouvert le restaurant. Cinq ans plus tard, le restaurant est devenu une table réputée de la région montpelliéraine. Il accueille soixante couverts par service, jamais plus, afin de garantir le meilleur de la cuisine. La direction de la salle a été confiée à son frère, François. Le chef propose deux menus, l'un à 35 € le midi et l'autre à 65 €, ainsi qu'un menu dégustation à 90 €. La Réserve Rimbaud a d'ailleurs reçu une étoile Michelin il y a deux ans.

DES PLATS REPRÉSENTATIFS DE LA RÉGION

"Chaque produit a son fournisseur, l'aubergine et la tomate ne proviennent pas du même par exemple, et je ne sers que du poisson sauvage, comme le bar pêché à la ligne. Je suis intraitable sur la qualité." Les plats sont représentatifs de la région et associés dans un menu : les saveurs de la mer à travers le Bar de ligne vapeur et son minestrone de légumes d'une part, et d'autre part les

produits d'un terroir plus montagneux, comme la Tarte fine aux cèpes cuits et crus et oignons des Cévennes. Le chef met ainsi en avant une cuisine de produits régionaux, sans artifices. Charles Fontès est également le parrain de l'école de cuisine du tout récent lycée Georges Frêche, et il a choisi d'enseigner les métiers de salle. *"Il y a un gros déficit de psychologie dans*

l'apprentissage aujourd'hui, à savoir qu'un bon service peut sauver une erreur de cuisine. Il faut réapprendre aux jeunes les métiers de la salle."

A. J. A.

La Réserve Rimbaud • 820 avenue de Saint-Maur • 34000 Montpellier
• Tél. : 04 67 72 52 53
• www.reserve-rimbaud.com

CL'HUB CHEFS D'OC

Huit chefs de la région montpelliéraine ont décidé de se réunir pour fonder une association de professionnels de la gastronomie, le Cl'hub chefs d'Oc, autour d'une même philosophie : promouvoir les produits locaux et les tables locales lors de manifestations grand public. Les chefs de l'association se réunissent afin d'échanger et créer un réseau solide de fournisseurs, de producteurs et bien évidemment de restaurateurs. Les membres fondateurs de ce club sont : **Éric Cellier**, La Maison de la Lozère (Montpellier) ; **Jacques et Laurent Pourcel**, Le Jardin des sens (Montpellier) ; **Charles Fontès**, La Réserve Rimbaud (Montpellier) ; **Pierre-Olivier Prouhèze**, Prouhèze Saveurs (Montpellier) ; **Patrick Guiltat**, Le Castel Ronceray (Montpellier) ; **Matthieu de Lauzun**, De Lauzun (Gignac) ; **Jacques Mazerand**, Le Mazerand (Lattes) ; **Romain Salamone**, Sensation (Lattes).

Pour aider à prévenir les maladies cardio-vasculaires

La société d'assurance Malakoff Médéric, le docteur Patrick Serog et le chef 3 étoiles du Meurice éditent un livre de 70 recettes faciles à emporter pour rééquilibrer les prises alimentaires sur le lieu de travail : *Bien déjeuner dans ma boîte*.

Yannick Alléno se penche sur la gamelle des salariés

Selon une étude commandée par la société d'assurance Malakoff Médéric, plus d'un salarié sur trois (35 %) emporte régulièrement son déjeuner sur son lieu de travail. Cela représente 37 % des salariés en province contre 26 % à Paris. Lorsqu'il n'y a pas de cantine, le pourcentage de salariés qui apportent leur déjeuner au moins une fois par semaine atteint alors 46 %. D'où provient ce déjeuner ? À 49 %, il est préparé à la maison, c'est ce que l'on appelle la gamelle. Celle-ci serait le reflet de trois phénomènes : le lien émotionnel avec la maison, l'écologie de soi - car on veut savoir ce que l'on ingurgite

et le maîtriser -, et bien sûr, le coût imbattable dans une période difficile.

"PROTÉGER SON CŒUR ET SON CERVEAU"

En parallèle, l'étude révèle que plus de 8 salariés sur 10 estiment qu'avoir une alimentation équilibrée est une préoccupation quotidienne, importante pour leur santé. Pour prévenir les risques de maladies cardio-vasculaires, 93% se disent prêts à agir sur leur alimentation. Or, ces maladies représentent aujourd'hui la deuxième cause de mortalité en France, avec 147 000 décès par an. *"Pour bien vieillir, il faut*

protéger son cœur et son cerveau. Cela passe par des choix alimentaires, comme privilégier les graisses polyinsaturées - oméga-6 et 3 -, réduire le sel, varier les antioxydants", explique le docteur **Patrick Serog**. *"Il est temps que la diététique fasse son entrée dans nos assiettes, y compris celles des tables étoilées. Cela n'empêche pas la gourmandise"*, ajoute le triple étoilé **Yannick Alléno**. Le chef du Meurice



a ainsi produit 70 recettes "belles, bonnes, faciles à réaliser et pas cher", en collaboration avec le médecin. Elles sont réunies dans un ouvrage : *Bien déjeuner dans ma boîte*, tome 2, paru aux éditions Laymon. Le premier tome s'est vendu à 12 000 exemplaires. Le nouvel opus est en librairie depuis le 9 octobre au prix de 19,90 €, et Malakoff Médéric reversera l'intégralité de ses droits sur les ventes au réseau des banques alimentaires.

NADINE LEMOINE

Au Futuroscope

À l'occasion des 25 ans du parc, le chef et 200 apprentis ont relevé un challenge culinaire, samedi 29 septembre.

Joël Robuchon réalise la plus grande purée du monde

Mille quarante kilogrammes de purée réalisés en moins de six heures. L'exploit, effectué le 29 septembre sur le site du Futuroscope de Poitiers (86), figurera dans le *Livre Guinness des records 2014*. Afin de fêter ses 25 ans de succès, la direction du parc avait fait appel au plus célèbre des cuisiniers, **Joël Robuchon** (natif de la cité poitevine). La fameuse recette du chef a été reproduite à très grande échelle grâce au travail de plus de 200 apprentis en cuisine venus de la France entière, accompagnés de leurs formateurs et de plusieurs cuisiniers

locaux. Sous la direction de Joël Robuchon, deux équipes se sont relayées toutes les trente minutes. Cinq ateliers avaient été mis en place (épluchage, pressage au moulin, etc.) afin de respecter au plus près la recette. *"C'est un défi à la fois technique et sportif effectué par des jeunes passionnés de leur futur métier"*, a expliqué Joël Robuchon. *La difficulté résidait dans le temps imparti et le passage au moulin manuel de la chair des pommes de terre. Nous avons utilisé 800 kg de rattes du Touquet, 250 kg de beurre de Poitou-Charentes et 300 litres de lait."*



Plus de 8 000 visiteurs ont pu déguster gratuitement le plat. *"Au Futuroscope, la cuisine a toujours été expérimentale, a rappelé Dominique Hummel*, président

"C'est un défi à la fois technique et sportif effectué par des jeunes passionnés de leur futur métier", a commenté **Joël Robuchon**.

du directoire du parc. *Nous avons développé plusieurs innovations en compagnie de spécialistes comme Hervé This et sa cuisine moléculaire. Notre parc est le second de France en termes de fréquentation, avec 1,8 million d'entrées annuelles. Je me félicite également de la venue de tous ces jeunes apprentis, futurs chefs, qui ont contribué par leur enthousiasme à la réussite de cette épreuve pas comme les autres."*

JEAN-PIERRE GOURVEST

“De belles associations de saveurs”

Paris Le cuisinier mexicain, en poste à l'école du Cordon bleu à Mexico, a gagné le concours organisé par l'Académie culinaire de France.

Miguel Quezada remporte le trophée Passion 2012

La finale du trophée Passion s'est déroulée le 8 octobre dans les cuisines de l'école Ferrandi à Paris (VI^e). **Miguel Quezada**, 35 ans, chef du restaurant d'application de l'école du Cordon bleu à Mexico, est arrivé en France une semaine avant. “J'ai voulu prendre mes marques, déclare le lauréat du trophée. Je m'entraîne intensément depuis trois mois pour ce concours. C'est le premier que je remporte. J'ai fait beaucoup de tests en amont, car les produits et les temps de cuisson sont différents entre le Mexique et la France. J'ai formé un bon duo avec mon commis **Marie Marconi** [en 1^{re} année de Bachelor restaurateur à Ferrandi, NDLR].”

Miguel Quezada était opposé à huit autres candidats (la Belgique s'est désistée) venus des quatre coins du monde.

Pour cette 7^e édition du trophée Passion décerné par l'Académie culinaire de France (ACF), chaque candidat, aidé par un commis, disposait de cinq heures au terme desquelles il devait sortir un plat de viande et un dessert pour six personnes sur le thème de la gastronomie. Les produits suivants étaient imposés : selle d'agneau du Connemara, banane, carotte pour le plat de viande et, pour le dessert, ananas,



© STÉPHANE LAURE

De gauche à droite : **Gérard Dupont**, président de l'Académie culinaire de France (ACF), **Miguel Quezada**, le vainqueur mexicain du trophée Passion 2012, et **Thierry Marx**, président du jury.

betterave rouge et chocolat. “On a vu des belles associations de saveurs, s'est enthousiasmé **Gérard Dupont**, président de l'ACF et du trophée. Le niveau augmente à chaque édition. Le plus difficile était de se familiariser avec les goûts européens, puisque le concours est international.” Pour **Thierry Marx**, président du jury, “le concours permet au cuisinier professionnel de s'aguerrir. On a besoin de cette perpétuelle remise en question. On a pu voir aujourd'hui que le débat de la gastronomie, le thème de cette

édition, n'est pas franco-français mais bien planétaire. Il y a des talents dans chaque pays. Le niveau était très bon.”

Quatre autres prix ont été décernés dans les salons de l'hôtel Westin Paris (I^{er}). Le grand prix du Dauphin Marnier Lapostolle revient à **Rodrigo Pacheco** (Équateur), le grand prix de cuisine Mandar a été remis à **Claude Calvet** (France), le grand prix de dessert Valrhona va à **Jeffrey Lizotte** (États-Unis) et le grand prix Président Professionnel échoit à **Hiromitsu Ebina** (Japon). **HÉLÈNE BINET**

LES 9 CANDIDATS

Australie : **Paul Tyas** - Middle Brighton Baths - Victoria
Suisse : **Christoph Hunziker** - Restaurant Schärmehof - Thun
Équateur : **Rodrigo Pacheco** - Cuisine standard - Quito
États-Unis : **Jeffrey Lizotte** - Restaurant Onzo - Hartford
France : **Claude Clavet** - Hôtel du Palais - Biarritz
Irlande : **Seamus Commons** - Knockranny House Hotel & Spa - Westport
Japon : **Hiromitsu Ebina** - Hôtel Imperial - Tokyo
Mexique : **Miguel Quezada** - Le Cordon bleu - Mexico

Pérou : **Giacomo Bocchio** - Restaurant Manifiesto - Lima
Suisse : **Christoph Hunziker** - Restaurant Schärmehof - Thun

COMITÉ D'ORGANISATION

Président du trophée : **Gérard Dupont**
Commissaire général : **Gérard Bor**
Président du jury : **Thierry Marx**

JURY DÉGUSTATION

Romain Bapst (Australie), **Michel Theurel** (Belgique), **André Oriol** (Équateur), **Jean-Louis Gerin** (États-Unis), **Fabrice Prochasson** (France),

Émile Tabourdiau (France), **Gabriel Paillason** (France), **Jérôme Le Minier** (France), **Bruno Cordier** (France), **Ross Lewis** (Irlande), **Susumu Murayama** (Japon), **Patrick Martin** (Mexique), **Adolfo Perret** (Pérou), **Benoît Violier** (Suisse).

JURY CUISINE

Cédric Chaubaudie (lauréat du trophée Passion 2008), **Jean-Marc Monpach**, **Guy Jasnot**, **Jean-Marc Evrard**

JURY D'ORGANISATION

Christian Regnier, **Marcel Le Faou**, **Marc Pralong**



AU MENU :
UNE NOUVELLE
CANTINE POUR
LES ENFANTS DU
VILLAGE DE VINH HOA
(VIETNAM)

Adhérer à RESTAURANTS SANS FRONTIÈRES, c'est offrir aux enfants du bout du monde une petite part de ce que vous faites de mieux dans l'exercice de votre métier : la générosité partagée.



RESTAURANTS SANS FRONTIÈRES
Une part de générosité

RESTAURANTS SANS FRONTIÈRES,
CE SONT DES DONNS. 100 % DE BÉNÉVOLAT.
0 % DE FRAIS DE FONCTIONNEMENT.
64, rue Rennequin, 75017 Paris • +33 6 08 75 77 62
www.restaurants-sans-frontieres.org
contact@restaurants-sans-frontieres.org

L'ouverture, à Saint-Herblain, du 50^e établissement est révélatrice de la croissance importante de l'entreprise dans la région. Un dynamisme qui se manifeste également par la multiplication d'initiatives sur le plan stratégique ou marketing.

En neuf ans

Cinquante restaurants Subway en Bretagne-Pays-de-la-Loire

En neuf ans, la région Bretagne-Pays-de-la-Loire a vu s'ouvrir 50 établissements franchisés de l'enseigne Subway et se place au deuxième rang en nombre de restaurants après Paris intra-muros. L'agglomération nantaise fait figure de modèle puisqu'elle compte neuf établissements. C'est d'ailleurs en banlieue de Nantes (44), à Saint-Herblain, que vient d'être inauguré le 50^e Subway. Et le réseau poursuit son développement avec cinq autres ouvertures prévues d'ici à la fin de l'année sur l'ensemble de ce territoire. Mais la politique locale de développement de Subway est en pleine évolution.



Implanté dans une vaste zone commerciale de la banlieue nantaise, le 50^e restaurant Subway de la région a permis de créer cinq emplois.

PROXIMITÉ ET IMPLANTATIONS INNOVANTES

"Au début de l'histoire de Subway dans la région, raconte **Patrick Réty**, agent de développement régional Subway, nous nous sommes développés dans de grandes agglomérations. Puis nous avons eu des demandes sur des villes de 50 000 habitants. Et nous nous implantons aujourd'hui sur des communes plus petites, comme Guingamp qui va

bientôt compter deux Subway pour 9 000 habitants !" L'objectif affiché pour 2013 est donc de densifier la présence de l'enseigne dans des communes de ce type comme Pontivy (56) ou Morlaix (29). Non content de jouer la carte de la proximité, Patrick

Réty recherche également des implantations innovantes. "Nous venons de signer [un contrat] pour le premier restaurant universitaire Subway à Guingamp pour 700 étudiants. Nous conservons la salle de l'ancien resto U et, pour répondre à la demande de l'université, nous ne servirons pas de sodas. Nous nous adapterons également en termes de tarifs, avec un menu à 3,50 € seulement." Ce nouveau mode de développement pourrait bien ouvrir la voie à des implantations du même type. "Nous travaillons sur des projets pour mettre en place de petites unités dans les hôpitaux, confie l'agent régional. Nous pouvons les intéresser car nous proposons des produits à faibles taux de lipide, glucide ou sodium." L'esprit d'innovation de l'enseigne se manifeste également en matière de respect de l'environnement. Non seulement Patrick Réty a implanté un restaurant au sein d'un centre commercial soucieux du développement durable, mais il développe également depuis deux ans les bornes de tri sur l'ensemble du parc afin de récupérer et recycler les plastiques et les cannettes. Être à la fois dynamique et précurseur, c'est ce qui a permis aux Subway de la région d'afficher une progression de 20 % du chiffre d'affaires moyen par rapport à l'an passé, à périmètre constant.

ÉLODIE BOUSSEAU

Produits frais

Palavas-les-Flots Dans une station balnéaire plutôt habituée aux moules-frites, kebabs et burgers, Philippe Rivière a voulu créer une offre originale.

Un Fish & Chips nommé Wanda



Philippe Rivière se considère comme un pionnier à Palavas-les-Flots.

C'est d'Angleterre que viennent l'idée, la recette et les ingrédients : le Fish & Chips Wanda - le premier de la région - a ouvert ses portes cet été dans la station balnéaire de Palavas-les-Flots (34). À 52 ans, son gérant, le Français **Philippe Rivière**, se considère comme un pionnier sur ce créneau. "J'ai voulu apporter une nouveauté face aux moules-frites, pizzas, kebabs et autres burgers que l'on trouve habituellement en restauration rapide", explique-t-il. Pour séduire les clients, les plats sont préparés selon la méthode traditionnelle, avec des ingrédients que Philippe Rivière fait venir d'Angleterre (préparation pour la pâte Golden Batter Mix, Rice Corn pour rendre le poisson

plus croustillant), mais aussi avec des produits frais. Le poisson, de la julienne et du cabillaud d'Atlantique, arrive quotidiennement de Rungis. Dans chaque assiette : environ 200 grammes de poisson, accompagnés de salade, de tomates fraîches, d'une sauce maison, et bien sûr de frites. Le tout est proposé à 10,50 € (9,50 € à emporter), boisson comprise. Pour ce premier test, Philippe Rivière a ouvert son restaurant au cœur de Palavas-les-Flots, sur la place du marché, dans l'une des rues les plus commerçantes de la commune. "Je débute pour l'instant uniquement en saison, de début juillet à fin septembre, avec cette terrasse d'une vingtaine de places, explique le restaurateur originaire de Lézignan (34). Mais je prévois ensuite une ouverture à l'année à Montpellier, si possible à côté d'un pub, ce qui ferait une bonne synergie. Puis, si le succès est au rendez-vous, j'envisage la création d'autres points de vente."

TEXTE ET VIDÉO : PATRICK CROS

Restaurant Wanda • Place du Marché
• 34250 Palavas-les-Flots
• Tél. : 06 88 07 61 63



Retrouvez **Philippe Rivière** en vidéo avec le mot-clé **RTR222070** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-contre

Frites à la graisse de canard

Toulouse Un deuxième restaurant a ouvert à proximité de l'université au mois de juin, huit mois après le lancement du premier.

Les saveurs du Sud-Ouest à l'honneur chez Burger à la une

La particularité de nos burgers tient au fait qu'ils contiennent des produits régionaux comme le foie gras et la saucisse de Toulouse", affirme **Jérémie McCook**, l'un des trois associés du restaurant Burger à la une, ouvert en juin. Huit autres variétés de burgers sont proposées, dont un végétarien. Leur originalité et leur prix,

entre 9 et 12 € pour une formule incluant un burger, des frites (à la graisse de canard) et une boisson au choix, explique, selon lui, le succès de l'enseigne : "On propose un verre de vin car, là aussi, on casse l'image traditionnelle du burger [souvent accompagné] d'une bière ou d'une boisson sucrée." Le premier établissement, inauguré en octobre 2011, sert 200 burgers par jour contre une centaine pour celui-ci, qui est



Le premier établissement, inauguré en octobre 2011, sert 200 burgers par jour.

toujours en phase de lancement. La moyenne d'âge des clients est de 30 à 40 ans.

PRÊTS À SAISIR D'AUTRES OPPORTUNITÉS

Tout a commencé il y a trois ans, avec la création de Comptoir à la une, restaurant au déjeuner et bar à vins le soir, situé place des Carmes. C'est le succès d'un plat de tapas sous la forme d'un burger qui a donné

l'envie à **Arnaud Favier** et **Philippe Canonge**, propriétaires d'autres restaurants, de créer le premier Burger à la une. Jérémie McCook, qui en était le responsable, est devenu leur associé pour le second établissement. Les trois hommes sont prêts à en ouvrir d'autres "si l'opportunité d'un local bien situé se présente".

BERNARD DEGIOANNI

Burger à la une • 17 rue Valade • 31000 Toulouse • Tél. : 05 82 75 37 44

Enseignant en Australie depuis 2006

Rodé aux techniques culinaires, le chef français Claude Fremy enseigne à des apprentis locaux et internationaux la maîtrise d'une cuisine australienne innovante.

Institut de Canberra : un chef français pour une cuisine fusion

Claude Fremy est le chef du restaurant de l'ambassade de France dans la capitale australienne.



L'Australie, mais aussi d'Asie et même d'Europe", commente Claude Fremy. Au programme, chaque semaine : cinq heures de pratique (où les élèves doivent produire quatre ou cinq plats) et deux heures et demie de théorie à l'école, puis une formation en entreprise le reste de la semaine. *"Chaque élève a son propre espace de travail qui inclut un four, un plan de cuisson, un espace réfrigéré et un nécessaire de nettoyage"*, explique le chef français.

UN SAVOIR-FAIRE CULINAIRE ET UNE EXPÉRIENCE DE FORMATEUR

L'enseignement théorique concerne aussi bien *"l'hygiène et la sécurité alimentaire que la communication, la veille technologique, la protection de l'environnement, le calcul des coûts, le contrôle qualité, la présentation et le décor des plats, les buffets ou encore les méthodes de stockage"*. Dans un pays qui manque encore de cuisiniers qualifiés, *"tous les apprentis trouvent immédiatement un emploi au terme de leur formation"*, ajoute Claude Fremy. Originaire de Bourgd'Iré (49), le chef a acquis son savoir-faire culinaire et son expérience de formateur en Australie, où il vit

depuis sept ans, mais aussi durant onze années passées à la Réunion. Sa carrière dans la restauration a débuté en France dans les années 1980, après une formation de base comme charcutier-traiteur puis un brevet de maîtrise. Parallèlement à son travail de formateur au CIT de Canberra, il est aujourd'hui le chef du restaurant de l'ambassade de France. Il a aussi monté sa propre affaire, Food Evolution, pour proposer son savoir-faire en tant que consultant et *"collaborer avec des entreprises du secteur agroalimentaire qui désirent se développer en Australie"*.

TEXTE ET VIDÉO : PATRICK CROS

CIT Canberra Institute of Technology - Hospitality Centre • GPO Box 826 • ACT 2601 Canberra
 • http://cit.edu.au/hospitality_tourism_events
 • Tél. : + 61 2 6207 3100 • infoline@cit.edu.au
 • fremy@grapevine.com.au



Retrouvez Claude Fremy en vidéo avec le mot-clé **RTR421677** sur le moteur de

recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-dessus

Dans un pays où les émigrants viennent des quatre coins du monde, une cuisine originale s'est développée au cours des dernières décennies, aux influences asiatiques, européennes, mexicaines ou encore libanaises", confie **Claude Fremy**, qui enseigne depuis 2006 l'art culinaire australien au Canberra Institute of Technology (CIT). Cette école hôtelière est considérée comme l'une des plus réputées du pays. Les apprentis, qui ont généralement plus de 18 ans et un niveau bac, apprennent en trois ans à maîtriser une cuisine fusion innovante. *"Ils viennent de toute*

"Une expérience riche et variée"

La cinquième édition de l'événement Martinique Gourmande s'est tenue dans la ville québécoise, du 8 au 23 septembre.

La Martinique exporte ses saveurs à Montréal

Le comité martiniquais du tourisme (CMT) a proposé, pour la cinquième année consécutive, l'événement Martinique Gourmande, une quinzaine gastronomique aux accents antillais qui s'est tenue à Montréal du 8 au 23 septembre. L'occasion pour le CMT *"de créer un lien unique et convivial entre le Québec et la Martinique. Ce festival gourmand est un prélude à ce que nos visiteurs québécois trouveront sur place. Du petit resto les pieds dans l'eau au restaurant gastronomique étoilé, l'expérience est riche et variée"*, a expliqué **Muriel Wiltord**, directrice du CMT pour la zone Amérique. Alors que la première édition, en 2008, comptait quatre établissements participants, pour cette édition 2012, ce sont seize restaurants et bars, de Montréal et de province, qui



Guy Ferdinand, à gauche, explique la manière dont il travaille les produits.

ont adhéré au concept. Pendant toute la quinzaine, les restaurateurs ont ajouté à leur carte des plats aux saveurs créoles, interprétés par le chef du lieu, ainsi qu'une sélection de rhums agricoles martiniquais. Ainsi - un exemple parmi tant d'autres - chez Carte blanche, à Montréal, l'un des établissements fidèles à l'événement, le

chef **André Loiseau** a concocté un Féroce antillais d'avocat et morue, émulsion à l'ail et jus de limette, un Mignon de porc glacé au miel, ananas caramélisé et purée de patates douces, ainsi qu'un Petit clafoutis des îles à la mangue et coco râpée.

ATELIERS GASTRONOMIQUE ET COCKTAIL

Deux chefs pâtisseries français, **Julien Reignier** et **Thierry Andrieu**, qui ont installé à Montréal leur boutique de pâtisseries tendance Point G (Glaces et Gourmandises), ont créé un macaron ti-punch martiniquais, aux saveurs de rhum et lime. Le lancement de la manifestation a eu lieu à Ateliers et saveurs, en plein cœur du vieux Montréal. Deux ateliers étaient proposés : un gastronomique animé par le chef **Guy Ferdinand**,

gérant des restaurants Babaorum et Petibonum en Martinique. Le chef a confectionné un menu créole original : Souskay de mangue, Confetti de féroce, Crevettes géantes poêlées au rhum vieux et Crumble ananas. Le second atelier était consacré aux cocktails et animé par la mixologue **Fanny Gauthier**. Un autre temps fort a eu lieu au Bistro de Cocagne où **Alexandre Loiseau**, le chef, a ouvert sa cuisine à Guy Ferdinand. Les deux chefs ont préparé ensemble un menu antillais en quatre services (45 dollars canadiens, environ 35 euros) : Potage de courge et crevettes, Duo d'accras de crevettes et morue, Duo de Saint-Jacques poêlées et écrevisses sauce vanille, gratin de banane plantain et Crumble coco revisité. Un moment convivial et riche en échanges.

MARIE TABACCHI




L'équipement de la bonne cuisine



Constructeur depuis 1955

CAPIC Quimper France
Tél 02 98 64 77 00 / www.capic-fr.com



Hôtellerie

Une opération avantageuse mais très complexe

Le parc hôtelier parisien peine à satisfaire la demande, preuve de l'incontestable attraction qu'exerce la Ville lumière. D'après le schéma hôtelier, il y aurait une pénurie de 4 000 chambres dans la capitale. Mais la place manque pour créer ces établissements en neuf. La reconversion d'immeubles en hôtels semble être la nouvelle tendance.

Transformer un immeuble de bureaux en hôtel, une formule gagnante ?



Le lobby du Mandarin Oriental (Paris, I^{er}). **Jean-Michel Willmotte** y a gommé tout ce qui pourrait rappeler que le lieu fut autrefois une banque.

d'affaires, estime-t-on à l'Atelier parisien d'urbanisme (Apur). Certains arrondissements se vident de leurs occupants et laissent des bâtiments de bureaux entièrement désertés. C'est le cas dans les VII^e, XV^e et X^e arrondissements. Il existe enfin des arrondissements en pleine mutation, comme les XIX^e et XX^e, qui peuvent aussi offrir des surfaces intéressantes." Le Mama Shelter (XX^e) est en effet une réussite du genre.

Pour **Thierry Dourdet**, directeur chez Pitch Promotion, promoteur immobilier dont une partie de l'activité est consacrée à la rénovation de bâtiments en hôtels, la raison de cet engouement est simple : "Dans le cadre de la rénovation d'immeubles de bureaux, on peut partir sur trois options. Tout d'abord, reconverter en bureaux : c'est périlleux car 70 % des transactions de bureaux se font sur des immeubles neufs, d'autant plus que les financements deviennent plus serrés et qu'il y a aujourd'hui un stock de bureaux vides important à Paris. Reconverter en logements : une solution qui n'est pas adaptée partout, dans la mesure où 25 % de la surface, d'après la loi, doit être réalisée en logements sociaux. Reste alors la possibilité pour le promoteur de rénover en hôtels." À Paris, où la demande de chambres est supérieure à l'offre, la solution semble idéale.



L'hôtel Banke (Paris, IX^e) est situé dans l'ancien siège parisien d'une banque.

À Paris, de plus en plus d'hôtels emblématiques naissent de la transformation de bureaux ou d'établissements privés : le Mandarin Oriental (I^{er}) est ainsi installé dans une ancienne banque réinterprétée par **Jean-Michel Willmotte** ; le bien nommé Banke Hotel (IX^e) est lui aussi situé dans l'ancien siège d'une banque ; le futur 123 Sébastopol a pris place dans un immeuble commercial et de bureaux, etc. "Il existe 16 millions de mètres carrés de bureaux à Paris, dont la moitié se situe dans le quartier central

En bref

Un été satisfaisant pour la marque Logis



Les chiffres de fréquentation des établissements Logis pendant les vacances d'été permettent de dresser un bilan satisfaisant de la saison. Malgré un contexte morose,

la Fédération internationale des Logis affiche des résultats positifs : + 18,98 % de chiffre d'affaires sur l'ensemble des clientèles, soit 31 M€ à fin août 2012 contre 26 M€ à fin août 2011. "Ces résultats saisonniers confortent la position des Logis en tant que première chaîne de restaurateurs-hôteliers indépendants en Europe et 2^e chaîne hôtelière indépendante au niveau mondial", souligne **Thierry Amirault**, président des Logis. **Krystel Blondeau**, directrice générale, poursuit : "Nous apportons ainsi la preuve, qu'avec l'affiliation à la marque Logis, les hôteliers ont pu [résister au] contexte économique tendu. Les mois qui viennent risquent d'être tout aussi difficiles, néanmoins nous lançons dès le 1^{er} janvier 2013 un programme de fidélisation baptisé O'Logis qui [permettra de générer] un chiffre d'affaires complémentaire."

Augmentation de la fréquentation des clientèles étrangères

- Américains : + 33 %
- Anglais : + 18,8 %
- Suisses : + 25,8 %
- Allemands : + 12,5 %

PRISE DE RISQUE

Pourtant, cette option, alléchante sur le papier, n'est pas aussi évidente à mettre en œuvre qu'il n'y paraît. Selon **Jean-Marc Andréola**, fondateur de la société de conseil en immobilier hôtelier Imhotel, les opérations de conversion d'immeubles de bureaux en hôtels sont, en effet, très complexes. La durée du chantier est l'un des points-clés dans ce type d'opération. Quatre ans au minimum sont nécessaires pour faire aboutir un tel projet : les démarches administratives préalables (l'instruction et l'obtention du permis de construire, la purge des recours, les éventuelles modifications du permis, etc.), nécessitent à elles seules deux années en moyenne. Puis, la construction s'étalera elle aussi deux ans. "L'investisseur doit prendre le risque de réaliser le projet sans savoir s'il sera mené à son terme, soit pour des raisons de construction, soit pour des problèmes administratifs ou financiers", explique le directeur d'Imhotel.

Mais pour celui qui accepte le challenge, l'avantage est évident : "Il y a une demande forte pour des hôtels bien placés et innovants", assure **Thierry Dourdet**. Pour **Jean-Marc Andréola**, "transformer un immeuble de bureaux en hôtel permet, suivant l'obtention d'un rescrit fiscal, de récupérer en amortissement une partie de son investissement. Par ailleurs, ces hôtels quasi neufs sont conçus avec des matériaux nouveaux selon des règles de construction optimales et possèdent une garantie décennale qui leur permettra de ne pas envisager la réalisation de travaux lourds pendant de nombreuses années. Enfin, la réalisation d'un tel projet

hôtelier permet la création d'un fonds de commerce". Une opinion partagée par **Gwenola Donet**, directrice de Jones Lang LaSalle Hotels France, à ceci près que "pour obtenir un retour rapide de l'investissement, il faut obligatoirement viser dans la plus haute gamme, car les coûts de construction sont plus élevés".

TOUT LE MONDE N'A PAS LE PROFIL

Mais malgré ces nombreux avantages, ce type d'investissement est réservé à peu d'acquéreurs. Les investisseurs étrangers désireux d'investir sur Paris pour l'image, indépendamment de toute notion de rentabilité, visent plutôt des opérations de catégorie palaces. Les fonds d'investissement nationaux ou internationaux, pour leur part, ne sont pas non plus en première ligne sur ce type d'actifs car leur modèle économique réclame une rentabilité immédiate qu'ils ne pourront pas leur donner.

Seuls les investisseurs nationaux, qui possèdent un montant de fonds propres important et qui peuvent se permettre de prendre le risque de la transformation (compte tenu du nombre d'actifs qu'ils possèdent et de leur connaissance du marché) pourront être intéressés. Pour le patron d'Imhotel, "ce type d'investissement ne peut convenir qu'à une poignée d'investisseurs exploitants. Ils possèdent le sens de la prise de risque et sont prêts à s'engager sur la durée".

Toujours est-il que les projets s'enchaînent : transformation d'une ancienne centrale EDF (XVI^e), d'un centre de France Télécom (VII^e), de la poste du Louvre (I^{er}) partiellement en hôtel, de la Samaritaine (I^{er}) et retour du projet de reconversion des anciens bureaux de la préfecture de la tour Morland (IV^e) en un ensemble mixte mi-logement, mi-hôtel de luxe.

EVELYNE DE BAST

Hôtellerie

“En deux ans, nous allons rattraper le temps perdu”

Le groupe vient d'ouvrir, en partenariat avec une société de gestion lyonnaise, le Comfort Suites Lyon Est Eurexpo, et conçoit d'autres projets dans la cité rhodanienne.

Choice Hotels Europe part à la conquête de Lyon

La région lyonnaise est une cible privilégiée de Choice Hotels Europe pour 2012 et 2013. Le groupe n'y disposait jusqu'à présent que d'un Comfort Hotel de 30 chambres implanté à Bron (69). Le Comfort Suites de Saint-

Priest, récemment ouvert, permet de jeter les bases d'un maillage dans la région. Réalisé par le promoteur Fontanel et une société de gestion lyonnaise - plus connue comme gestionnaire de résidences étudiantes -, la résidence de 100 suites a été construite suivant la norme bâtiment basse consommation (BBC). “Nous cherchions une enseigne pour commercialiser notre établissement, explique **Jean-Manuel André**, le gestionnaire. **Antoine Cadier**, directeur du service de développement chez Choice Hotels, nous a convaincu.” Situé à proximité immédiate du parc des expositions Eurexpo et à vingt-cinq minutes du centre-ville avec le tramway, l'établissement est orienté business. “Nos suites transformables pour les longs séjours avec kitchenettes conviennent parfaitement à une clientèle d'entreprise en stage de formation, ainsi qu'à des commerciaux présents sur les salons”, déclare le gestionnaire. L'aménagement intérieur a été confié à la décoratrice **Laure Boivin-Lester** qui a repris les codes actuels du modernisme hôtelier avec parquet, mobilier en bois clair et salles de bains avec douches de plain-pied.

400 CHAMBRES PRÉVUES SUR L'AGGLOMÉRATION

Un deuxième établissement est déjà en cours de construction dans le VII^e arrondissement de Lyon et devrait ouvrir au printemps 2013. Réalisé avec Eiffage, cet établissement positionné 4 étoiles, dont la marque n'a pas encore été définie, comportera 97 suites dont 51 d'une surface supérieure à 35 m². L'investissement



s'élève à 8,9 M€. “Nous avons décidé de poursuivre avec Choice Hotels, explique Jean-Manuel André, car il nous a paru important de consolider le réseau sur la ville, d'autant que les marques du groupe sont bien positionnées et très

variées.” L'ouverture d'une troisième résidence de type Comfort Suites à Dardilly (69) est prévue en 2014. De plus, un autre projet est en gestation : un hébergement à la fois économique et haut de gamme dans le centre de Lyon, “au prix moyen de 55 € la nuit ; ce qui serait, pourquoi pas, l'occasion de lancer la marque Choice Econo Lodge, pas encore implantée en France”, poursuit Jean-Manuel André.

Grâce à son partenariat avec une société de gestion lyonnaise, Choice Hotels Europe développe aujourd'hui son réseau dans l'agglomération. Cependant, d'autres projets indépendants de ce partenariat sont aussi en cours, comme le Quality Suites de Confluence, une résidence 4 étoiles de 103 suites face à l'église Sainte-Blandine, qui devrait ouvrir à la fin du mois d'octobre. “En deux ans, nous allons rattraper le temps perdu”, déclare Antoine Cadier, en passant de 30 à 400 chambres sur l'ensemble de l'agglomération. “Si, auparavant, Choice Hotels Europe ne bénéficiait pas d'une forte notoriété locale, la situation est en train d'évoluer, comme l'explique Antoine Cadier : “Désormais nous sommes très présents auprès des promoteurs et des constructeurs, ce qui rend les contacts plus faciles. Notre réseau possède des atouts considérables que doit percevoir l'hôtelier indépendant, comme celui de pouvoir bénéficier des avantages d'un grand groupe international tout en ayant un lien direct de proximité avec les représentants de la chaîne en France.” Tout en consolidant ses réseaux dans plusieurs grandes villes françaises, le groupe estime que, dans la

foulée, il est temps de s'attaquer à deux autres villes phare, Marseille (13) et Montpellier (34).

ÉVELYNE DE BAST



Le Comfort Suites Lyon Est Eurexpo compte 100 suites transformables.

morice **ILLICO**

Fours à pizza
Pièces détachées d'origine

ILLICO - 300 route de Strasbourg
Les Echets - 01700 MIRIBEL
Tél : 04 72 26 22 22
www.illico-france.fr

Vending PARIS
Distributeur d'idées !
24 > 26 Oct 2012 • Paris - Porte de Versailles

Découvrez la distribution automatique au quotidien
JOURNÉE DÉCIDEURS - 25 OCTOBRE

Demandez votre badge d'accès gratuit sur www.vendingparis.com - Code MG92

Organisé par Reed Expositions
Partenaire officiel : NAVSA

2imahl

MOBILIER & ART DE LA TABLE
POUR HÔTELS, RESTAURANTS
ET COLLECTIVITÉS

WWW.2IM AHL.FR

Retrouvez toute l'actualité sur
www.lhotellerie-restauration.fr
ou sur m.lhotellerie-restauration.fr
(depuis votre mobile)

INFOR SoftBrands™

DES LOGICIELS HÔTELIERS,
MOTEURS DE VOTRE
RENTABILITÉ

De multiples chemins conduisent au succès, laissez nous vous guider avec des logiciels qui répondent aux besoins de l'ensemble des centres de profit de votre hôtel.

Pour en savoir plus :
www.infor.fr/solutions/hospitality
solutions@infor.com
01 69 47 62 22

35 M€ investis

Le groupe Ollandini, l'un des acteurs majeurs du tourisme de l'île de Beauté, a adopté l'enseigne du groupe Rezidor pour son hôtel de 170 chambres et suites avec vue sur la mer.

Le Radisson Blu Resort & Spa Ajaccio veut développer la clientèle d'affaires dans la ville

Le groupe Ollandini a dû faire preuve de beaucoup de ténacité pour voir l'aboutissement de son projet d'hôtel de 170 chambres et suites avec spa dans la baie d'Ajaccio. Dans une île où la nature est jalousement préservée et où la capacité moyenne d'un hôtel tourne autour de 30 chambres, le Radisson Blu est atypique. "Nous travaillons sur le projet depuis 2005, précise **Jean-Marc Ollandini**, président du groupe. Je voulais compléter le parc hôtelier existant à Ajaccio en proposant une offre pour la clientèle d'affaires sur le créneau haut de gamme." Car s'il existe, celui-ci ne représente que trois établissements, soit 300 chambres environ, réparties sur trois établissements.

Pour le groupe Ollandini, spécialisé dans le tourisme et les transports, l'hébergement est une nécessité, il est même "indispensable". Ce sera d'ailleurs un retour aux sources : "De 1950 à 1989, nous avions un hôtel 2 étoiles, membre de la chaîne Logis, qui était géré par ma mère." En 2011, Jean-Marc Ollandini rachète la société de gestion Sud Corse hôtellerie, qui exploite 1 300 lits à Santa Giulia en résidences de tourisme. Pour mener à bien la création de cet établissement, le groupe a investi 35 M€. À la fin de l'exercice 2013, la partie hébergement dans l'activité du groupe Ollandini devrait doubler. Elle ne représente que 10 M€ aujourd'hui, quand l'activité voyages et tour-opérateur en représente 75 M€ et la location de voitures 15 M€.

Pour remplir l'hôtel toute l'année, le groupe Ollandini a choisi la marque Radisson Blu, l'une des plus prestigieuses du groupe Carlson Rezidor, en cohérence avec la configuration esthétique et le positionnement de l'hôtel, qui permettra au groupe



La terrasse avec vue sur mer du Radisson Blu Resort & Spa Ajaccio.

de s'ouvrir à d'autres marchés. "Actuellement, 70 % de notre clientèle est française. Notre clientèle étrangère est composée majoritairement d'Italiens, de Belges, de Néerlandais, de Suisses et d'Allemands. Mon ambition est de faire venir plus de clients d'Europe du Nord, de Scandinavie, de Russie. Sur ce point, le groupe Carlson Rezidor est bien placé", souligne Jean-Marc Ollandini.

UNE ARCHITECTURE RÉSOLUMENT MODERNE

L'hôtel, situé à vingt minutes de l'aéroport, est parfaitement intégré au paysage grâce à une architecture résolument moderne. Tout en longueur, il est quasiment invisible depuis la plage. Construit sur trois niveaux, ses vastes espaces semblent s'ouvrir sur la mer et sont desservis par un escalier intérieur. "Nous avons voulu donner une impression de bateau de croisière", explique la décoratrice **Marie-Claude Sourd**, experte en architecture d'hôtels avec à son actif



Au centre, **Jean-Marc Ollandini**, p.-d.g du groupe Ollandini, entouré de **Kurt Ritter**, président de Rezidor Hotel Group, et de son épouse **Lara Ritter**.

des réalisations comme le Sofitel Porticcio. Ici, le parti-pris est de n'utiliser que des couleurs pastel dans les chambres : bleu-vert pour les chambres côté mer, blanc-châtaigne pour celles côté maquis.

De nombreux équipements haut de gamme sont proposés : un spa de 900 m² avec piscine intérieure, un hammam où sont utilisées deux marques de prestige (Sothys et Crena Care), une piscine extérieure avec bar, un bar lounge intérieur, des salles de réunion de 400 m² pouvant accueillir jusqu'à 300 personnes et un espace VIC Club (very important children). Le restaurant A Muvra est dirigé par le chef **Pascal Clerc**. "L'hôtel Radisson Blu Resort & Spa d'Ajaccio Bay incarne parfaitement les codes de la marque Radisson Blu", a déclaré **Kurt Ritter**, président de Rezidor Hotel Group. Depuis son ouverture, début juin, l'hôtel - qui a créé 90 emplois, dont 80 % de locaux - a réalisé 55 % de taux d'occupation en juin, 85 % en juillet, 95 % en août, 76 % en septembre, soit une moyenne de 77 % sur les quatre premiers mois. Jean-Marc Ollandini estime que la moyenne lissée sur l'année devrait se situer autour de 54 % de taux d'occupation, avec un prix moyen de 170 €. **ÉVELYNE DE BAST**

En bref

Accor finalise la cession de Motel 6 en Amérique du Nord

Accor a annoncé le 2 octobre avoir finalisé la cession de ses hôtels Motel 6 et Studio 6 en Amérique du Nord à une filiale de Blackstone Real Estate Partners VII, pour un montant de 1,9 milliard de dollars (environ 1,5 milliard d'euros). Une opération qui permet à Accor de réduire sa dette nette retraitée d'environ 780 M€. À l'issue de cette cession, Accor compte 17 hôtels Sofitel et Novotel en Amérique du Nord, dont 9 aux États-Unis et 8 au Canada.

L'enseigne Zadig & Voltaire va ouvrir un hôtel très select à Paris en 2014

Le fondateur de la marque de vêtements Zadig & Voltaire, **Thierry Gillier**, a le projet de réaliser un hôtel de 40 chambres rue de Grenelle à Paris (VII^e), dont il serait déjà propriétaire. Il ouvrira ses portes en 2014 et comprendra également une boutique de la marque et un restaurant. **Thierry Gillier** souhaite que cet hôtel ne soit ouvert qu'à des clients choisis, venus uniquement sur recommandation, afin de leur garantir calme et intimité. Le dirigeant voudrait également continuer sur sa lancée en ouvrant d'autres établissements en Europe et aux États-Unis, à l'image d'Armani, Missoni ou Versace, seul ou adossé à d'autres opérateurs.

Désormais doté d'équipements de pointe

D'importants travaux de mise aux normes et de modernisation ont été réalisés au sein de l'hôtel et de son restaurant l'Atlantide, qui vient également d'accueillir un nouveau chef.

L'Hôtel Center de Brest fête ses vingt ans

Construit en 1992 par **Paul Lopin**, qui en est toujours le gérant, l'Hôtel Center compte 142 chambres, un espace bien-être, un spa et un hamman, ainsi que cinq salles de séminaires de 40 à 90 places dotées d'un équipement de pointe pour vidéoconférence. **Stéphane Ozanne**, ancien responsable du Best Western de Caen (14) et directeur de l'hôtel depuis 2010, souligne : "[C'est] le seul hôtel de Brest qui dispose d'un tel équipement." Le directeur apprécie beaucoup le soutien de Paul Lopin dans l'évolution de l'hôtel : "Nous allons tous deux dans le sens de la modernisation." Après un an d'importants travaux, l'hôtel - qui fête ses vingt ans cette année - a également obtenu une troisième étoile.

PRODUITS LOCAUX ET SAVEURS D'AILLEURS

Le restaurant L'Atlantide, situé au rez-de-chaussée de l'hôtel, a été



Stéphane Ozanne, le directeur de l'Hôtel Center et **David Bilot**, le chef de l'Atlantide.

entièrement rénové, avec un nouveau décor évoquant un paquebot et de grandes photos panoramiques de paysages maritimes. Un nouveau chef, **David Bilot**, est arrivé en cuisine. Ce dernier est passé, à Paris, par les cuisines de La Tour d'argent avec **Manuel Martinez** et de Ledoyen avec **Ghislaine Arabian**, et a travaillé douze ans à La Fleur de sel à Brest. L'ambition de l'Hôtel Center est désormais de faire redécouvrir son restaurant et sa cuisine moderne,

alliant produits locaux et saveurs d'ailleurs. **David Bilot** se dit heureux de relever le défi qui lui est proposé par la direction de l'hôtel. "Pour moi, c'est un challenge. Je veux faire bouger le paquebot et faire venir une clientèle extérieure à l'hôtel."

JEAN-YVES TOURNELLE

Hôtel Center • 4 boulevard Léon Blum • 29200 Brest • Tél. : 02 98 80 78 07 • www.hotelcenter.com

Un chiffre d'affaires en baisse de 1,91 % à fin août

C'est le constat du cabinet Gira Conseil, qui vient de dévoiler les tendances sur les huit premiers mois de l'année. Une étude qui révèle des fréquentations en forte chute et une attention aux prix à un niveau inédit.

Le niveau d'activité de la restauration décroche

Le chiffre d'affaires global de la restauration à fin août 2012 est pour la première fois depuis quatre ans en régression de 1,91 %, avec de fortes variations entre les différents segments de marché selon une étude publiée par Gira Conseil. Toutefois, cette chute n'a pas été soudaine. Il faut observer ces huit premiers mois selon deux périodes bien distinctes. Jusqu'à fin mai, l'ensemble des segments oscillait entre + 1 % pour le service à table et + 4 % pour le service au comptoir. Puis, en juin, il y a eu un décrochage général des fréquentations, sauf pour Paris, la capitale étant provisoirement épargnée.



plus forts sont relevés plutôt dans les petites et moyennes agglomérations, tandis que les dépenses moyennes restent stables voire en très légère hausse.

DES ARBITRAGES DÉFAVORABLES À LA RESTAURATION

Comment expliquer cette situation ? Même avec une météo défavorable de mai à juillet, c'est ailleurs qu'il faut chercher les raisons de fond. Le moral des ménages est en berne avec une dégradation de 5 points en trois mois. La peur du chômage explose avec un nombre de demandeurs d'emploi qui franchit le seuil symbolique des trois millions, tandis que les charges des foyers continuent à croître, avec des salaires qui ne suivent pas. Ces différents éléments poussent désormais les Français à effectuer un arbitrage dans leurs dépenses, qui n'est pas en faveur de la consommation alimentaire hors domicile (aussi bien le midi que le soir). "Un recours à la gamelle en hausse le midi en semaine, ainsi qu'une diminution des sorties loisir au restaurant, quel que soit le statut, suffisent

à faire décrocher fortement les fréquentations", explique Bernard Boutboul. Enfin, ajoutons à cela un taux d'épargne qui s'envole au détriment de la consommation et des prévisions pessimistes de l'Insee qui annonce un recul de 1,2 % du pouvoir d'achat en 2012. Du côté des restaurateurs, le smic a augmenté de 2 % au 1^{er} juillet, le prix des matières premières continue son ascension, l'énergie coûte de plus en plus cher, sans parler des frais de transport qui s'envolent et, bien évidemment, du poids toujours conséquent des charges de personnel. Bref, il s'agit d'un écrasement généralisé des marges. Quelles sont les solutions pour enrayer cet écrasement des marges ? "Baisser le niveau de qualité et continuer à vendre au même prix est peu recommandable, surtout face à des consommateurs de plus en plus à la recherche de goût et de plaisir. Diminuer les quantités et continuer à vendre au même prix est également risqué, car le manque de générosité dans l'assiette est chaque fois plus critiqué. Dans un tel contexte, trouver des solutions pour lutter contre la chute de fréquentation s'avère être un exercice délicat et périlleux à la fois", analyse Bernard Boutboul.

L. C.

"Nous avons relevé des chutes de fréquentation allant jusqu'à 8 % et 10 %, de façon brutale dans le courant des mois de juin et d'août", commente **Bernard Boutboul**, directeur du cabinet Gira Conseil. Les chiffres empirent même durant le mois d'août et le tout début du mois de septembre. Paris, jusque-là épargnée grâce à ses flux importants - notamment ceux du tourisme -, est à son tour touchée depuis les premiers jours de septembre. Les reculs de fréquentation les

Septembre sera décisif pour la saison

Avant-saison décevante, mois de juillet passable... Malgré un bon mois d'août, la saison a été compliquée et le moral des professionnels bretons est en berne.

Un été difficile pour les professionnels de Bretagne

Chez les restaurateurs et les hôteliers bretons, on le sentait venir. Aujourd'hui, c'est officiel : la saison touristique 2012 n'est pas bonne. Selon le comité régional du tourisme en Bretagne, 44 % des professionnels de la région se déclarent satisfaits de cette saison 2012. Ils étaient 65 % l'an dernier à la même époque. Le menu de la saison est simple : une avant-saison plombée par le calendrier politique, une météo exécrable et bien évidemment la crise.



La météo maussade est également responsable de la mauvaise saison en Bretagne.

olympiques - laissant la place à une clientèle française majoritairement du Grand Ouest, de Bretagne et de la région parisienne. Président de l'Umih Bretagne, **Gilles Legendre** a envoyé un questionnaire à de nombreux adhérents des quatre départements bretons. Sur les 523 professionnels qui ont répondu, 62 % estiment que leur chiffre d'affaires 2012 est inférieur à celui de 2011. Plusieurs commentaires ont également été récoltés. "Difficile" est un mot qui revient régulièrement dans les commentaires, même si l'on note aussi que les festivals ont parfois sauvé la saison. Les chambres d'hôte sont souvent montrées du doigt comme la crise et la météo. De plus en plus de professionnels critiquent également les opérations 'rabais' comme Groupon, Booking, etc. Cette année, plus que jamais, le mois de septembre semble décisif. Mais il semble que, même si les 15 premiers jours ont été bons, la fin du mois s'annonce beaucoup moins favorable à l'activité.

OLIVIER MARIE

DES PROMOTIONS DE DERNIÈRE MINUTE

Un décevant mois de juillet tout en fraîcheur (27 % seulement de professionnels satisfaits) et un mois d'août stable par rapport à 2011 mais qui ne compense évidemment pas les retards pris depuis le mois d'avril. Résultat, "les 3/5 des professionnels estiment que leur chiffre d'affaires sera en baisse." Dans l'hôtellerie, on note des nuitées en baisse de 10 % au mois de juin et 6 % en juillet. On se rend compte que les touristes n'hésitent plus à réduire la durée de leur séjour et privilégient les promotions de dernière minute. Les étrangers restent relativement discrets - avec des Britanniques restés chez eux à l'occasion des Jeux

En bref

Les prix flambent dans l'hôtellerie en septembre

Selon le comparateur de prix d'hôtels Trivago et son indicateur THPI (Trivago Hotel Price Index), les tarifs dans l'hôtellerie sont en très forte hausse, notamment à Paris en septembre, avec une augmentation de 48 % par rapport au mois d'août dernier et de 7 % par rapport à septembre 2011. La tenue de nombreux salons, les événements importants de la rentrée, la reprise du tourisme d'affaires s'ajoutent au tourisme de loisirs toujours important dans la capitale, et assurent une très bonne fréquentation dans l'hôtellerie. Même chose pour les capitales européennes : à Berlin, Bruxelles, Venise ou Rome, on enregistre également des hausses de 50 %. En France, les grandes villes suivent cette tendance. Parmi celles recensées par Trivago, seules Toulouse et Nantes proposent encore des tarifs inférieurs à 100 €, même en période de pointe comme septembre.

LES 5 PREMIÈRES VILLES FRANÇAISES DANS LE CLASSEMENT DES 50 PREMIÈRES VILLES EUROPÉENNES

Position	Villes	Prix moyen de la nuitée
3	Paris	218 €
19	Cannes	147 €
30	Lyon	115 €
31	Marseille	114 €
37	Toulouse	95 €

Les prix sont calculés pour une chambre double standard d'après le million de requêtes de prix de chambres d'hôtels quotidiennement effectuées via le comparateur de prix d'hôtels Trivago.

32 Résultats d'examens

LYCEE PROFESSIONNEL JEAN CHAPTAL

Amboise (37)

CAP

Cuisine Florian Bourguignon, Valentine Chipon, Ronan Duclos, Teddy Felix, Sophia Hermes, Valentin Huger, Elodie Larcher, Erwin Morin.

Service en café brasserie Candice Boiron, Anaïs Bouvet, Thibault Debrecky, Lucas Gomes, Maxence Oury, Quentin Poupeau, Corentin Vauzelle, Amélie Verbrugghe.

BEP

Cuisine Maxence Antigny, Aurore Chauvaud, Christopher Cochet, Fanny Fouquet, Dylan Gorget, Pavel Klimovich. Restaurant Deborah Charrier, Felix Demargne, Théoiphile Gautier, Kevin Paillet, Erwan Pieplu, Charlotte Robert

BAC Professionnel

Cuisine Manon Gaultier, Guillaume Limousin, Alexis Tapia.

Service Mélodie Bigot, Quentin Biziere, Celia Dufet, Eugénie Laurilou, Ly Nhanj, Steven Quintela, Marie Sartelet.

CFA DE LA CMA DES COTES D ARMOR

Ploufragan (22)

CAP

Cuisine Le Joliff, Margot Roumagere, Morgane Chevance, Imad Lakaf, Sandra Carrasco, Jean-Michel Boivin, Thibaut Le Marec, Erwan-Pascal Quelen, Dominique Jean-Louis, Jérémy Morin, Valentin Noree, Julie Devaux, Joackim Sedki, Julie Devred, Kévin Durand Pollastri, Benjamin Wolf, Kévin Rouvrais, Cédric Briere, Gaia Latouche, Rachaiya Bamoudou ; Laurie Aznar, James Carfantan, Mélody Herry, Axelle Noellec Renoux, Jean-Michel Le Gall.

Restaurant Tony Auffret, Lisa Cappelodanno, Valentine Morice, Sarah Remond, Sarah Mavova, Barbara Piel, Malory Le Cocquen, Mathilde Jarnet, Natacha Ollivier, Nastasia Peters, Gwendoline Rouyer.

BEP Muriel Tranchant, Tugdual Hamon, Armand Sidaner, Jean-Baptiste Besson, Nicolas Le Boursicaud, Arthur Wartak, Lenaïck Reygrobellet, Christopher Defernez, Kévin Richard, Pablo Lopez, Albin Paul, Jerome Rault, Grace Dee, Emmanuelle Abbe, Lucile Le Masson, Brice Faggi, Marjorie Lucas, Jean-Loup Sorgniard, Georgia Lily Mossop, Prune Touarin, Karine Bonnefoy, Jérémi Lehagre, Marie Valancony.

BAC Professionnel Justine Meleard, Adeline Ollivier, Pauline Ravelet-Bernert, Nadège Bedel, Sylvain Bonvoisin, Antoine Montjarrët, Amandine Raboïsson, Kévin Le Picard, Rodolphe Tual, Charles Emmanuel Tiacoh, Cédric Menguy, Damien Botquelen, Lucie Gesbert, Jordan Meheust, Christelle Da Silva, Emmanuel.

Mention Complémentaire Cuisinier Dessert de Restaurant Teddy LE Padellec, Damien Gendron, Mathieu Loquin, Anne-Anaëlle Toïnen, David Henry, Maxime Echaubard , Ludovic Truquet, Thibaut Marchesse Donne, Guillaume Ollivaux, Florent Boscher, Christopher Nicolo, François Spenlehauer, Vincent Le Moal, Aurelien Jaouen.

CFA IFA ADOLPHE CHAUVIN

Cergy Pontoise (95)

CAP Cuisine

Kévin Amette, Jérémy Andre, Fousseyni Bagayoko, Nicolas Baron, Vanessa Beau, Cyril Bedet, Mathieu Bleas, David Cassier, Yoann Claude, Aurore Colinet, Alexandre Coute, Nils Deboever, Lucie Demars, Mathieu Dumonnet, Maxime Galloy, Nicolas Gilbert, Dylan Gougeon, Mickaël Grand, Benjamin Hatron, Poulâ Kara-Peketi, Clémentine Lair, Cécilie Lambinet, Kévin David Leclercq, Eleïdine Mahboub, Mason Mohamed, Guillaume Monguin, Kévin Rasathurai, Johan Rebelo, Anne Salou, Sarah Siber, Jason Versin.

Brevet Professionnel

Cuisine Cédric Allain, Sabrina Decaux, Susana Domingues Da Silva, Thomas Farez, Vincent Guyot, Alvin Labuthie, Gwendoline Lefebvre, Gaëtan Malbequi, Kevin Minatchy, Glenn Nolorgues, Sony Padoly, Hugo Pottier, Julia Tambwe - Lozi, Matthias Thomas, Nathan Viet.

Restaurant Franck Auribault, Jesse Bruno, Marine Dautremay, Geoffrey Delobel, Alex Helluin, Ludwig Lacek, Dorian Nade, Aurélie Sorais, Angélique Thebault, Justine Vilin.

BAC Professionnel Mathieu Beaubouchez, Hicham Ben Mahjoubâ, Sulivanne Bomprezzi, Louis Brisco, Valentin Lax, Sylvain Leboeuf, Alexis Mayoussier, Tania Piou, Maxence Ravary, Mélanie Renard, Maxime Sibilli, Anthony Simonian, Jeremy Sumela, Kevin Thelou, Romain Troispilis.

Mention Complémentaire

Sommelier Noémie Beraeau, Romain Brunet, Thomas Jacob, Nicolas Mignon, Alexis Poulain, Rudy Reis. **Traiteur** Steven Bernus, Flavien Collet, Anthony Garant, Lucas Masson, Laëtitia Moryousef, Elise Muret, Jordane Pitrou, Sébastien Reuilly.

CFA DE LA CCI DE L'AISNE

Laon (02)

CAP

Cuisine Stéphanie Andre, Ludovic Betremieux, Nicolas Bourjot, Mickaël Carvalho, Priscillia Cavillac, Gwendoline Charles, Yann Choulet, Jérémy Coet, Marjorie Dauτευuille, Claude Decamps, Sébastien Delacourt, Jordan Douce, Mégane Dupont, Christopher Fillion, Emma Gilbert, Mathieu Gravier, Thibault Hennequin, Alexandre Huguet, Romain Julliard, Mathieu Kłodzinski, Florian L'Enfant, Anthony Lefevre, Jennifer Mahu, Audrey Mercier, Anthony Oge, Sébastien Oliveira, Lucas Pavaut, Justine Petit, Pauline Plonquet, David Tailleuz.

Services En Brasserie-Café Savina Anceaux, Kévin Bojko, Romain Boufflers, Angélique Coulon, Amélie Godefroy, Jérémy Laporte, Roxann Meunier.

Employé De Restaurant Anthony Bienaime, Magali Briere, Marine Brochart, Sophie Chochoy, Maxime Cottray, Adrien Coviaux, Laura Delpouve, Amandine Goube, Florian Hua, Gaëlle Imouche, Tracy Lacolombe, Maxence Morelle, Sophia Morelle, Laura Rogge, Camille Rousselle, David Sauvez, Aurélie Segard, Marion Talotti, Cynthia Tambouret, Matthieu Verquere, Caroline Veys, Nicolas Vilfroy, Myriam Zhar.

BEP

Cuisine Julien Baudry, Jean-Philippe Cauchois, Laurine Chopin, Caroline Delepen, Louise Ferez, Jérémy Fouchet, Sébastien Geoffroy, Pierre-Yves Hauet, Mathieu Henry, Jennifer Hoe, Alexis Letemple, Florent Masson. Restaurant Lechki Orlane, Christopher Turlure.

BP

Restaurant Virginie Barbier, Axel Billard, Jérôme Lemaître, Quentin Poindront, Marie-Laure Thiebaut. Cuisine Sébastien Berthaut, Priscillia Cavillac, Florent Galiana, Amélie Hauvet, Antoine Kozar, Benoît Maquin, Thomas Mercier, Alexandre Mouty, Thomas Pottier.

CFA D ESCHAU

Illkirch (67)

CAP

Glacier Romain Berbette, Jimmy Deneuille, Jordan Dufour, Gunther Freyermouth, Jeremie Garcia, Caroline Heilweck, Corentin Kirloff, Adele Kretz, Helene Kuttler, Emmanuel Oberle, Brian Ouk, Justine Stahl

Boulangier David Aeckerle, Quentin Andre, Benjamin Bauer, Kevin Bey, Kevin Bittmann, Alexandre Boch, Joris Bronnert, Diogo Cirne Penajoia, Enzo Cortello, Antoine Daumuller, Maxime Fabro, Thibault Faria, Maxime Ferreira, Jason Fischer, David Fugmann, Alexandre Gargaïllo, Anthony Gedor, Marina Georges-Nicolai, Jacques Glardon, Maxime Grunder, Antoine Heidmann, Belgacem Henka, Nargis Hommia, Robin Immig, Steve Jacob, Kevin Jungheimsobler, Sibel Karatas, Mathieu Keller, Sebastian Kintz, Philippe Knittel, Mathieu Koestel, Xavier Kordian, Arthur Kuster, Soufiane Lahrech, Florian Leys, Viviane Magra, Aurelien Martins, Alexia Michel, Bastien Muckensturm, Jean Louis Muhlenthaler, Charlotte Muller, Alexandre Obrecht, Gael Oster, Aurelien Philippe, Matthieu Picot, Florian Pueyo, Guillaume Rebeyrotte, Jeremy Regenass, Arnaud Schaffner, Romain Scheiber, Anthony Schiavon, Louis Suhner, Mehmet Tekin, Alexis Thaudiere, Jean-Dominique Wahl, Vincent Weber-Serrano, Jeremie Weiss, Thomas Wendling, Jonathan Wiltz, Laurent Wintz, Antoine Zaugg.

Chocolatier Confiseur Hourya Aoun, Lea Barth, Emmanuel Bauer, Romain Cabaret, Coraline Christ, Benoît Ehrhart, Celia Ehrismann, Marion Erhart, Julie Febry, Marion Finck, Julie Foignet, Florian Jiritsch, Anthony Grandadam, Amaury Hugues, Borgias Jandt, Annelise Jeudy, Nicolas Jurdziak, Anne Sophie Lacroix, Morgane Laurella, Jordan Malaise, Florian Matter, Julien Miller, Anthony Muster, Pierrot Ratzel, Valentin Rubio, Andrea Schaal, Caroline Schmitt, Jeremy Seckler, Julien Soler, Raphael Stauffer, Adrien Steffen, Alexandre Tomas, Joel Troesch, Emilie Vogel, Noemie Witz, Herve Wolff.

Pâtisseries Laetitia Arbogast, Eric Bac, Claire Bach, Camill Charles Barthe, Pierre Bazin, Aymeric Becker, Vivien Bene, Lucas Boehm, Frederic Bonapfel, Laura Breitenbach, Sylvain Carciofi, Julien Caruso, Catherine Christen, Michael Dellenbach, Emmanuel Demont, Morgan Dolle, Laura Dorffer, Julie Düringer, Theo Engel, Valentin Franchi, Elisa Franck, Valentin Funfrock, Romain Gass, Lea Grossthor, Laureen Gruner, Quentin Haberbusch, Jeremy Heintz, Samantha Heitz, Christophe Hoerr, Nicolas Hurstel, Thomas Jardot, Julie Jorge, Benjamin Kauffer, Laura Kayser, Mikael Keric, Melaine Koeppe!, Marjorie Kreit, Nelson Lamarque, Sonia Lanner, Elina Ledoux, Mathieu Maeder, Cindy Mangiey, Olivia Marlats, Axel Mayer, Sandra Muschler, Christina Muller, Marcel Mutz, Florian Neumuller, Thibault Pastor, Mike Petry, Nicolas Radoani, Jean Paul Risch, Arnaud Roos, Nicolas Schmitt, Stephanie Schubhan, Claire Seewald, Lucas Specht, Loïc Stroh, Yann Thiebaut, Alexis Thurner, Sasha Trozzi, Martine Tubach, Samuel Vogler, Laetitia Walter, Ludovic Weber Serrano, Louis Willer, Anthony Wirig, Jeremy Wolfrom, Midori Zaizen.

Brevet Professionnel

Boulangier Maxime Antoni, Marc Bleyer, Brice Decker, Mathieu Decreton, Igor Douchinsky, Jeremy Jund, Julien Lerouy, Emmanuel Mathis, Jonathan Peter, Jonathan Sanchez, Laurent Schaeffer, Jonathan Schaeerer, Sébastien Schmitt, Jeremie Sturm.

Charcutier Traiteur Jeremy Bleichner, Nicolas Diss, Yann Frey, Franck Minni, Baptiste Rein, Mickael Schrenck. Brevet de maîtrise Boulangier Maxime Acker, Guillaume Dubost, Nicolas Galman, Stéphane Helfter, Fanny Krebs, Valérie Meyer, Deborah Ott.

Certificat Technique Des Métiers

Boucher Charcutier Traiteur Brice Antoni, Clément Beck, Steven Denais, Jérémy Geiskopf, Maxime Gisselbrecht, David Golly, Florian Grandadam, Benoît Huguenin, Romain Kempf, Julien Niederer, William Pinheiro, Quentin Prinz, Marc Schahl, Gauthier Schmitt, Frank Schwob, Bernard Uberschlag.

Préparateur(trice) Vendeur(se) Option Boucher Jérémie Burckel, Gilles Goetz, Théo Goetz, Benjamin Grad, Kévin Huber, Jordan Jehl, Séverine Krau, Alexandre Lalli, Jonathan Lang, Alexandre Reither, Benjamin Rimmely, Jérémy Rohfritsch, Andy Schneider, Kévin Villequez, Pascal Wagner.

Préparateur(trice) Vendeur(se) Option Charcuterie Traiteur Jessica Bartolini, Gwendoline Fischer, Florine Harault, Marie Kungel, Sonia Meyer, Amélie Reiter, Aurélie Schroetter, Anaïs Tromson.

LYCEE PROFESSIONNEL PIERRE ET MARIE CURIE

Freyming-Merlebach (57)

BEP METIERS DE LA RESTAURATION ET DE L'HOTELLERIE Fiona Ait Ouarab, Lamri Alakma, Guillaume Bach, Arnaud Berville, Nicolas Bettinger, Trewis Boukhezoula, Dylan Bour, Mathilde Bruyère-Pernet, Joseph Conti, Mike Diekert, Sarah Dubois, Guillaume Freund, Océane Gayer, Régis Grasse, Sascha gross, Leila Hamadouche, Brenda Hinck, Jonathan Kiener, Thomas Koch, Arnaud Kuntz, Céline Laine, Marité Lamoureux, Lamia Lotfi, Alexandre Maring, Héroïse Melin, Léa Mencarelli, Juliette Merkling, Geordana Mologbama, Yann Orditz, Romain Pypia, Nadya Quenum, Fanny Renaud, Mathieu Rossello, Damien Scattarreggia, Cindy Schaaf, Maxime Schmidt, Stéphanie Schwartz, Guillaume Sébastian, Sandra Stagnitto, Antony Urlacher, Jade Wagner.

BAC PROFESSIONNEL RESTAURATION Cindy Blechschmidt, Thomas Bourrée, Nicolas Braun, Madison Caloi, Salvatore Camiolo, Garance D'Anna, Claudio Denti, Eve Humilier, Stéphane Paysant, Loïc Prévot, Leonardo Quaranta, Maxime Schuler, Guillaume Sniateki, Damien Théophile, Amandine Thiss, Amandine Trotin.

CFA DE LA CMA DE DIEPPE

Dieppe (76)

BREVET PROFESSIONNEL CUISINE Marie Edde, Romain Lenoir, Nicolas Sopalski, Hans Thomassin, Simon Zannis.

CAP

Cuisine Kévin Blanchard, Frédérique Caron, Valentin Cauchy, Brandon Célia, Logan Couture, Kévin Evrard, Arnaud Guillot, Wadii Hakik, Keryann Lemaire, Benoît Leroux, Steven Quin, Mathieu Pasquier, Kévin Vasselin, Florian Vasseur, Bryan Wilfart.

Restaurant Héléne Coint, Laura Courvalet, Dylan Debris, Maïté Foulongne, Nouna Freret, Laura Grandzir, Allan Le Dean, Marie Maurouard, Héléne Prevet, Heidi Sheehan, Aude Thierry.

Services en brasserie café Camille Bergère, Marion Cordier, Marion Follin, Wilfried Mayeux.

CEFAA INDUSTRIE HOTELIERE

Villepinte (93)

BREVET PROFESSIONNEL

Salle Adrien Briot, Nadège Henriques, Terry Filiatre. **Cuisine** Hari Diawara, Théo Fillon, Anne-Dorcas Kehi, Eren Kirhan, Phány Vichka Kok, Latifa Lani, Norman Lognonne, Kenjy Magloire, Alexandra Navarro.

BEP

Salle Cécile Bieuvelet, Tiphaine Modeste, Luis Lagren. **Cuisine** Benjamin Erba, Vivien Hafayed, Benjamin Le Balch, Marguerite N'Dour, Kévin Novakowski, Amandine Ossart, Patrick Rodrigues Trinta, Lucile Tabor.

CAP

Agent polyvalent Restauration Jalel Bel Hadj Dahmane, Sylvie Boykota-Zoukettia, Cassandra Canatous, Julien Dang, Rosalie Dupey, Laurie Gil Rosa, Christian Kalala Ngandu, Biba Soumana.

Café brasserie Florian Esteban, Joël Fumey, Dumitru Gutu.

Cuisine Kévin Abitol, Moussa Ba, Alyson Bazin, Yannise Belladin, Yanis Benhagouga, Audrey Beugre, Matthieu Boissy, Dimitri Bouchet, Malick Mohamed Bouhout, Stéphane Bourdet, Jérémie Bourgeois, Christophe Burattini, Thomas Cafarelli, Maxime Carpentier, Jorge Chavez, Oualid Cheriguene, Gianni Cirimele, Coumba Coulibaly, Eloïse Daza, Marie De Fontenay Gouhier, Simon De Vivo, Neila Desbois, Aurore Detrousselle, Boubacar Diouf, Nicolas Donat, Hedi Doukhi, Frédéric Doumbe, Adrien Dubos, Emmanuel Duquet, Amélie Duhamel, Valentin Dupros, Romain Ejido Sierra, Jimmy Gau, Henrique Gregorio, Cédric Hernandez, Ismaël Hydara, Samy Kaoudji, Jessica Kerisit, Binta Kinteh, Corentin Lamant, Guillaume Ledanois, Anthony Luangrath, Karamoko Mamadou, Charlotte Mezières, Mélissa Midoux, Julien Moreira, Alexandre Morteo, Marie Estelle Munier, Thomas Nambruide, Harouna N'Diaye, Yero N'diaye, Germain N'Sila, Audrey Oliveira, Marwan Ould-Aïssa, Gracia Pene Musafiri, Andréia Pereira Cabaco, Marie Pierre, Charles Poulain, Benjamin Renaud, Arthur Rippe, Nelly Rodrigues, Sambou Sacko, Siabou Sacko, Samchy-Dean Seghiri, Edie Sieffert, Anthony Sil, Varinder Singh, Ange Soquet, Penda Sowl, Quentin Steelandt, Jayson Tertrain, Joana Raquel Teixeira Alves, Mailise Varela Furtado, Matthieu Villierme, Rudy Zeza, Shu Zhang.

Restaurant Dylan Andre, Medi Atmani, Guillaume Banse, Pierre Bassily Hendy, Kelly Belhired, Stessy Bervert, Sandra Canale, Nia Coulibaly, Vincent Courouyer, Fouzia El Ouasif, Arisandro Fortes Lopes, Charles Gancel, Roza Hocine, Julien Lapinsonnière, Samuel Marie Sainte, Elodie Mochez, Adeline Moreira, Michaël Navarro, Stéphane Pavilla, Rudy Pelle, Ludivine Portal, Ayissi Raducanou, Julien Redoute, Maxime Rouquier, Daouda Seck, Mégan Thomas, Vassindou Toure, Gaëlle Vallon, Marion Zimmermann.

BAC PROFESSIONNEL

Restaurant Valentin Beny, Vanessa Bonal, Cédric Bossuette, Bastien Cambon, Mickaël Garcia, Grace Karuttykaran, Jérémie Lafonta, Julien Pace, Bryan Philogène, Nina Rasolofo, Angéla Soares Da Veiga. Cuisine Charlotte Chevestal, Yohan Desremaux, Marie Ekinci, Maéva Fanohizany, Pierre Forest, Ulrich Fosse, Sunny Girard, Clément Krajenska, Sébastien Laudrain, Antony Louiset, Julien Mangas, Jimmy Moeudi, Mélanie Pennetier, Hari Prasad Peroumal, Gabriel Savonnet, Bruno Schmitt, Mélissa Veerasawmy, Lucille Watieaux.

MENTION COMPLEMENTAIRE

Barman Rémy Blondeel, Quentin Bruneau, Dimitri Coumond, David Da Silva, Stéphane Mollard, Jean-Pierre Saltan.

Cuisine allégée Kévin Julian, Mohamed Si Abdelkader Benmoussa, Thomas Ternel, Alfousseni Yaffa.

Desserts de restaurant Luis Abrantes Delgado, Fatoumata Camara, Anthony Grange, Aurélie Hameau. Accueil réception Frédéric Dang, Emma Hashemi-Arbabzaden, Perrine Lhotel, Maylis Poujade, Célia Rouland.

Traiteur Denis David, Issiakha Diakho, Axel Gauthier, Thibaut Mohamed Yoosuf, Jeffrey Plessis, Laurent Sainz.

IMA DE BEAUVAIS ET COMPIEGNE

Beauvais Compiègne (60)

CAP

Boucher Sarah Benitez, Alexis Buzin, Olivier Cazier, Brandon Febvre, Thomas Gentien, Bastien Godin, Thibault grison, Damien Gueheneuc, Quentin Guibert, Jordan Joudon, Claude Langlais, Christopher Lombard, Marc Melon, Jérémy Normand, Alexis Perdriel, Kévin Scellier.

Charcutier traiteur Pauline Bertin, Nicolas Biet, Kévin Bouffard, Aurélien Caron, Pierre-Antoine Delahaye, Kévin Devos, Yannick Dheilly, Adrien Do, Lucas Dubuc, Florian Dufetre, Laurent Féron, Nicolas Le Bars, Grégory Lenois,

Stephen Philippart, Céline Pincon, Bertrand Ponche, Damien Prud'Homme, Thomas Roussel, Valentin Vilmont. Boulangier Yacine Abdi Abdelmoumen, Renaud Adamik, Alexis Anquez, Antony Anquez, Grégory Bellay, Julien Blery, Rémy Bogaert, Kévin Bonsergent, Jason Bore, Benjamin Botte, Alexis Boucaux, Jérémy Brice, Coralie Campillo, Pierre Cazier, Jordan Couillerot, Samba Coulibaly, Jordan Croisille, Flavien Descamps, Tanguy Doare, Loïc Fafet, Corentin Flament, Kelly Garnier, Arnaud Guerrero, Rudy Hebert, Antoine Hoarau, Jérôme Langlois, Kévin Lecat, Loïc Legros-Audenaert, Steven Lemaire, Johnny Lemaître, Anaïs Lequen, Steven Louvancourt, Jocelyn Mallet, Julien Marchand, Dylan Marie, Pierre Moscipan, Thomas Navarro-Julian, Alexandre Nay, Audric Peltier, Vincent Pillon, Gaël Rifflard, Sylvain Rongeras, Rémy Sentubery, Thomas Streit, Quentin Tassin, Morgan Tricot, Quentin Van-Damme, Martin Vitali, Jérémy Widcoq.

Pâtissier Julien Auger, Alexandre Aveline, Valentin Beirens, Adrien Bertin, Emmanuel Blanchard, Justin Bottreau, Ophélie Boulangier, Steven Canon, Nicolas Cordier, David Cottrelle, Thomas Denaes, Angélique Descroizette, David Divry, Pierre Dufay, Fabien Dumont, Alexandre Dzikowski, Charlyne Fauga, Jordan Fortier, Thomas Gauvin, Kévin Girondon, Aurélien Haentjens, Florian Lami, Romain Lavallée, Ludivine Lefauconnier, Maélan Lelièvre, Antoine Lemaire, Damien Lombard, Clément Maquin, Jordan Mequignon, Alexis Mercier, Guillaume Mercier, Christopher Poignet, Floriane Ribeiro Mograo, Rémi Robert, Fabien Rohart, Anthony Rozeaux, Guillaume Sloves, Kimberley Soyer, Valentin Tessier, Melvin Vicogne, Yohann Villefranche.

Poissonnier Mickaël Lecuyer.

Chocolatier Confiseur Benjamin Chuette, Yohann Huchet, Anthony Magalhaes, Matthieu Zouaoui.

MENTION COMPLEMENTAIRE

Traiteur Anthony Buvry, Jeffrey Cavillon, Allan Duronsoy, Jordan Loureiro, Jean Marie Saulnier, Kévin Vast, Arnaud Wilson.

Boulangerie spécialisée Mickaël Carluy, Florent Charpentier, Romain Croize, Dylan Fagard, Romain Gaudry, Olivier Mauconduit, Romain Vrolyk.

Pâtisserie glace choco confis sp Rudy Gendre, Renaud Lourdez, Lakhdar Mezouane, Jean Luc Miath, Florian Ogier, Virgil Parot.

BREVET PROFESSIONNEL

Boucher Jimmy Faidy.

Charcutier traiteur Romain Barelle.

Boulangier Kévin Benoît, François Cramette, Rémi Légrand, Johann Robac.

CFA LE MOULIN RABAUD

Limoges (87)

CAP

Boucher Quentin Bannes, Anthony Bulinge, Jérémy Cancré, Thibault Chevalier, Mathieu De Jesus, Sébastien Duchemin, Dimitri Durepaire, Guillaume Escarieux-Legaud, Gaël Lucas, Guerault Mezières, Antoine Morin, Allan Moy, Christophe Nogent, Anthony Peyramaure, Romaric Pognet, Loïc Ribière, Franck theillet.

Boulangier Driss Achit, Nicolas Arnaud, Thomas Bimbaud, Jordan Blegean, Frédéric Coulaudou, Valentin Courtioux, Océane Cremmens, Pierre-Edouard Desobry, Clément Dhollande, Alexandre Dufour, Julien Fougeron, Florian Gaudy, Kévin Landeau, Mathieu Lekiefs, Gaël Melin, Marine Moyrand, Julien Paillout, Alexis Pidoux, Harriet Pipe, Corentin Rainaud, Pierre Ripoché, Jonathan Savary Bourdier, Adrien Triboulet, Fabien Vergnolle. **Charcutier traiteur** Valérien Dufresse, Charles Glangeaud.

Pâtissier Florian Andrade, Guillaume Autier, Amélie Baisnée, Sylvain Barjaud, Marie Deserces, Florian Durin, Clément Faty, Pierre Jean Gamaury, Davy Gerzain, Rémi Giry, Virginie Jouannetaud, Sébastien Lacorre, Romain Lambert, Laurick Liviane, Anthony Laurent, Pierre-Luc Maziere, Florian Palmy, Gabriel Palot, Pierre Parouteaud, Nans Pensivy, Ludovic Perot, Nicolas Pinardon, Marina Piot, Anthony Salese, Cindy Severin, Florian Sourdioux, Nicolas Valiere, Vincent Valles, Thomas Vilatte.

MENTION COMPLEMENTAIRE TRAITEUR Paul Bidard, Aurélie Bonnay, Fabien Daubec, Franck Garolle, Quentin Gouteron, Emeric Lebayle, Caristine Nombo, Bruno Pouget, Frédéric Simoes.

ECOLE PRIVEE D HOTELLERIE DOSNON

Couvrelles (02)

BAC PROFESSIONNEL RESTAURATION

Service et commercialisation Bénédicte Enjalbert, Lefevre Leslie.

Cuisine Héloène Buffet.

BEP PRODUCTION DE SERVICES Xavière Dannaïu, Sophie Nicolle, Victoria Duponq.

CAP SERVICES HOTELIERS Cécile Enjalbert, Mathilde Carlhian, Urickce Strohm, Bénédicte Oudin, Estelle Bloquet, Julie Lebon.

INFA PICARDIE LE MANOIR

Gouvieux (60)

BAC Pro

Option Service et commercialisation Damien Dru, Brandon Dehan, Cécilia Lombard.

Option Organisation et production culinaire Cédric Castillo, Edelette Ngone, Aurélien Robert, Sylvain Sabarly, Clément Touzet.

BTS Hôtellerie Restauration

Option A Alexandre Cipolat, Angélique Corbel, Sibylle Grell, Robert Guilbert, Amandine Lefevre, Benjamin Petit, Charline Tiberghien, Jonathan Bulot, Pauline Dauvergne, Lara Delame, David Musset, Julie Vasseur.

Option B Delphine Barbary, Thomas Bouchez, Aude Charles, Bertrand Dubois, Yoann Marteau, Cédric Meltier, Sylvain Pillac, Damien Regnault, Cécile Rosenthal. **Mention Complémentaire Cuisinier en dessert de restaurant** Florence Crosnier De Bellaistre, Anaïs Delouffre, Samantha Duchaussoy, Maxime Henicker, Cécile Marange, Simon Mortelecq, Baptiste Podevin, Fanny Poindron, Mathieu Afonso.

□ Courriers des lecteurs

Une question ? Rendez-vous sur les Blogs des Experts de Pascale Carbillet

sur www.lhotellerie-restauration.fr

Distributeurs automatiques : quel taux de TVA appliquer aux denrées alimentaires ?

Nous avons un distributeur de canettes sans alcool et de barres chocolatées dans notre hôtel. Je ne suis pas sûr de comprendre le taux de TVA. Les canettes doivent-elles être taxées à 5,5 %, car elles peuvent être consommées plus tard, ou à 7 %, puisqu'elles sont vendues dans un distributeur automatique ? Et qu'en est-il des barres chocolatées ?

XAVIER

Pour connaître le régime applicable à la fourniture de denrées alimentaires dans les distributeurs automatiques, il faut se référer à l'instruction fiscale 3 C-4-09 du 30 juin 2009 sur les ventes à consommer sur place.

Les ventes de produits alimentaires, solides ou liquides, au moyen de distributeurs automatiques sont considérées comme des ventes à emporter, soumises au taux dont les conditions sont fixées à l'article 278 bis du CGI, soit en général le taux réduit de la TVA. Ce principe s'applique que le prix soit payé directement par le consommateur lors de la délivrance du produit par l'appareil doté d'un système de paiement intégré (à pièces, à jetons, magnétique ou électronique), ou payé globalement par la société dépositaire, quand celle-ci prend en charge les dépenses d'approvisionnement du distributeur automatique mis gratuitement à la disposition du personnel.

Par conséquent, les canettes sont passibles du taux réduit à 5,5 %, mais en revanche, les barres chocolatées sont soumises au taux normal de TVA à 19,6 %. En effet, les produits de confiserie tels que les bonbons, dragées, pralines, nougats, chewing-gums, ainsi que certains chocolats et produits composés contenant du chocolat ou du

cacao, relèvent du taux normal. Toutefois, le texte précise que sont considérées comme ventes à consommer sur place (soumises au taux réduit de 7 %, hormis les boissons alcooliques qui sont passibles du taux normal à 19,6 %), celles s'accompagnant "de services connexes suffisants pour permettre leur consommation immédiate sur place". C'est le cas, par exemple, des distributeurs automatiques installés dans les salles de pause des entreprises - privées ou publiques - équipées de tables, chaises, mange-debout, fontaines d'eau, fours micro-ondes et réfrigérateurs, les prestations de nettoyage étant assurées conformément aux prescriptions en matière d'hygiène et de santé publique.

En revanche, ce n'est pas le cas des distributeurs installés à proximité des salles de projection de cinéma ou des salles de spectacle, ainsi que dans les espaces prévus pour patienter dans l'attente de la séance ou de la représentation. En effet, les fauteuils et sièges installés dans ces locaux ne constituent pas des infrastructures au sens du premier paragraphe (instruction 3 C-4-09 n° 18 et 19).

'Droit et réglementation en CHR'

Les retenues sur salaire sont interdites en cas de faute d'un employé

Peut-on retenir sur salaire le montant des dégâts occasionnés par un salarié sur la voiture d'un client, alors qu'il la manœuvrait dans le garage de l'hôtel ?

TRACK

Vous ne pouvez pas retenir le montant des dégâts occasionnés sur le salaire de cet employé, car cela constituerait une sanction pécuniaire interdite par l'article L.1331-2 du code du travail. Le texte prohibe toutes les formes de retenue sur salaire en raison d'une faute ou d'une mauvaise exécution du travail par un salarié. Cet article étant d'ordre public, il est interdit de prévoir des dispositions contraires. Cela signifie qu'une clause dans le contrat de travail ou un accord entre le salarié et l'employeur ne peuvent pas déroger à ce principe, et n'ont par conséquent aucune valeur légale. En outre, cette pratique est illégale et passible d'une amende de 3 750 € (article L.1334-1 du code du travail).

Selon les termes de l'article 1384 du code civil, "On est responsable non seulement du dommage que l'on cause par son propre fait, mais encore de celui qui est causé par le fait des personnes dont on doit répondre, ou des choses que l'on a sous sa garde." En clair, vous êtes responsable du dommage causé à la voiture de ce client par l'un de vos salariés. Cet accident survenu dans le cadre de votre activité est couvert par la garantie responsabilité civile de votre contrat d'assurance. Votre assureur doit prendre en charge les dommages matériels, mais vous devrez vous acquitter d'une franchise.

'Droit du travail en CHR (modèles de contrat et bulletin de paie inclus)'

sirocco WEB Sirocco® web est un produit des Etablissements Sogal www.siroccoweb.net

Pourquoi investir dans un produit complexe ? Avec Sirocco Web, découvrez la simplicité de la gestion hôtelière en ligne !



Un ordinateur, une connexion internet et votre navigateur web habituel : vous êtes prêt à gérer votre hôtel avec www.siroccoweb.net !

- Planning interactif des réservations, pour maximiser votre taux d'occupation.
- Facturation en temps réel, pour optimiser votre trésorerie.
- Interface intuitive.

Aucun investissement, aucun engagement.

1 mois gratuit pour toute inscription

* Minimum de facturation : 45 € par mois.

easySOFT

LA REFERENCE DE L'AFFÛTAGE DES RESTAURATEURS

AFFUT' PRO N°1 DE L'AFFÛTAGE MOBILE

Trouver votre affûteur proche de chez vous

au **05 55 20 06 25**

ou sur **WWW.AFFUTPRO.COM**



SERFIGROUP

Revolutionne L'IPTV

1,50€ ht /jour et par chambre*

Faites vivre une expérience unique à vos clients !

Détails sur serfigroup.com

04 92 15 85 00 marketing@serfigroup.com

*Tarif en euro HT par jour et par chambre. Simulation tarifaire pour un établissement de 50 chambres, pour une location financière sur 6 ans. Sous réserve d'acceptation par nos organismes partenaires.



FIBROLAB®

Fourniture et pose dans toute la France

La Solution pour la Mise aux Normes de Votre Cuisine



Exemples de réalisations

- Habillage mural, création de cloison
- Panneaux 1200 x 2800
- Dalles plafonds 60 x 60
- Imputrescible
- Résistant aux chocs
- Résistant aux rayures
- Résistant aux attaques chimiques
- Conforme aux normes en vigueur

Pensez dès maintenant à vos projets

Informations et documentation gratuite sur simple appel au : **0 320 489 751**

E-mail : contact@fibrolab.fr

L'École du Vin de France organisme agréé

Formations Intensives à l'oenologie et à la dégustation

1, 3 ou 5 jours à Paris

Formations reconnues

Financées par votre Droit Individuel à la Formation (DIF)



Contactez Noémie NICOLLE
01 43 41 33 94
www.ecoleduvin.com

école du vin

9,40€

Taux horaire minimum conventionnel

9,40€

Taux horaire smic

3,49€

Valeur du repas

3 031€

Plafond Sécu

1 638Indice du coût de la construction
Révision : + 7,55 %
Renouvellement : + 39,76 %**10,2%**Taux de chômage au 2^e trimestre 2012

Juridique

Des conditions et une réglementation très précises

Les travailleurs saisonniers sont des salariés employés sous contrat à durée déterminée. S'ils bénéficient de la majorité des droits applicables aux CDD, leur statut obéit malgré tout à des règles bien particulières, en raison de la nature de leur emploi.

Contrat saisonnier, mode d'emploi

QU'EST CE QU'UN TRAVAILLEUR SAISONNIER ?

L'article 14.2 de la convention collective des HCR du 30 avril 1997 indique qu'un travailleur saisonnier est un salarié employé dans des établissements saisonniers ou permanents pour effectuer des tâches normalement appelées à se répéter chaque année à des dates à peu près fixes, en fonction du rythme des saisons ou des modes de vie collectifs.

Pour être qualifiées de saisonnières, les variations d'activité doivent être régulières, prévisibles, cycliques et en tout état de cause indépendantes de la volonté des employeurs ou des salariés. En outre, pour que les emplois en question puissent être proposés dans le cadre d'un contrat à durée déterminée saisonnier, il faut qu'il y ait une correspondance entre les tâches à effectuer et l'activité saisonnière de l'entreprise.

Un travailleur saisonnier peut être embauché :

- soit dans un établissement saisonnier, pour toute la durée de la saison correspondant aux dates d'ouverture et de fermeture de l'entreprise, ou pour une période comprise dans le cadre d'une saison avec une durée minimum d'un mois ;
- soit dans un établissement permanent, mais dont l'activité est plus importante du fait de la saison.

LE CONTRAT DE TRAVAIL SAISONNIER

Un contrat à durée déterminée

Un saisonnier est l'un des cas de recours du contrat à durée déterminée (art. L.1242-2.3 du code du travail). Il en découle plusieurs conséquences, dont l'obligation de conclure un contrat par écrit devant comporter la définition précise de son motif, à savoir ici, contrat saisonnier.

Cependant, attention : en cas d'absence de contrat écrit signé par le salarié ou si le contrat ne comporte pas de définition précise de son motif, il peut être requalifié en contrat à durée indéterminée (article L.1242-12 du code du travail).

L'article L.1242-13 du code du travail prévoit que le contrat doit être remis au plus tard dans les 2 jours suivant l'embauche. Nous conseillons aux employeurs de remettre et de faire signer le contrat au plus tard le jour de l'embauche, afin d'éviter toute contestation ultérieure et/ou un refus de signature du contrat par le salarié.

Attention, ce délai de 48 heures ne concerne que la remise du contrat. Vous devez également effectuer la déclaration préalable à l'embauche (DPAE), au plus tard le jour de l'embauche.

Un contrat écrit

Ce contrat à durée déterminée doit comporter un minimum d'informations prévues par l'article L.1242-12 du code du travail :

- le motif du contrat ;
- la désignation de l'emploi occupé ;

- la date à laquelle le contrat prendra fin si celui-ci est de date à date ;
- la durée minimale du contrat s'il est sans terme précis ;
- la durée de la période d'essai ;
- le montant de la rémunération ainsi que ses différentes composantes ;
- le nom et l'adresse de la caisse de retraite complémentaire, de l'organisme de prévoyance, ainsi que de la mutuelle frais de santé ;
- la convention collective applicable.

DEUX TYPES DE CONTRAT POSSIBLES

Pour embaucher un saisonnier, l'employeur peut choisir, en fonction de ses besoins, entre deux types de contrat : il sera soit sans terme précis, soit de date à date.

Contrat sans terme précis

Le contrat est prévu pour toute la durée de la saison. Cela correspond aux dates d'ouverture et de fermeture de l'établissement. Il doit prévoir une durée minimale d'un mois, sans oublier de préciser la possibilité de prolonger le contrat si la saison se poursuit.

Contrat de date à date

Le contrat est conclu pour une durée déterminée, à l'intérieur de la saison (1 ou 2 mois par exemple). Il est possible de renouveler ce contrat mais une fois uniquement et pour une durée déterminée.

Dans tous les cas, la durée du contrat saisonnier ne peut être ni inférieure à un mois ni supérieure à 9 mois. Attention : un contrat saisonnier d'une durée supérieure à 9 mois peut être requalifié en contrat à durée indéterminée.

LA PÉRIODE D'ESSAI

Pour soumettre votre salarié à une période d'essai, il est indispensable que celle-ci soit prévue dans le contrat. Sa durée est calculée par rapport à celle initialement prévue par le contrat. En cas de contrat à terme précis, la période d'essai est calculée sur la base de la durée totale du contrat. Pour un contrat à terme imprécis, elle est calculée sur la base de la durée minimale du contrat (un mois au minimum).

Cette période se calcule à raison de :

- un jour par semaine dans une limite de 2 semaines si le contrat ne dépasse pas 6 mois ;
- un mois pour un contrat de plus de 6 mois.

Comment décompter la période d'essai ?

Si la période d'essai est fixée en jours, elle se décompte en jours calendaires et non en jours travaillés (Cass. soc. du 29 juin 2005). Dans ce cas, il ne faut pas déduire les jours de repos ni les jours fériés. Une période d'essai de 7 jours commencera le lundi et se

terminera le dimanche soir, même si le salarié n'a pas travaillé tous les jours de la semaine.

Fixée en mois, elle se décompte en mois calendaires. Un mois d'essai qui commence le 15 octobre se terminera le 14 novembre au soir. Le contrat sera définitif le 15 novembre.

Un délai de prévenance pour rompre la période d'essai

L'article L.1221-25 du code du travail impose le respect d'un délai de prévenance en cas de rupture de la période d'essai. Si l'employeur est à l'origine de cette rupture, il doit respecter des délais qui varient selon le temps de présence du salarié dans l'entreprise :

- 7 jours maximum : le délai de prévenance est de 24 heures ;
- entre 8 jours et un mois : il est de 48 heures ;
- après un mois : le délai est de 2 semaines.

Si c'est le salarié qui rompt sa période d'essai, le délai à respecter par ce dernier est beaucoup plus court. Il doit prévenir son employeur 48 heures à l'avance, délai réduit à 24 heures si sa présence dans l'entreprise est inférieure à 8 jours.

POSSIBILITÉ D'UNE CLAUSE DE RECONDUCTION

L'article 14.2 de la convention collective des HCR du 30 avril 1997 précise que le contrat saisonnier peut comporter une clause de reconduction. Cette dernière prévoit la possibilité de réembaucher le salarié pour la saison suivante. Toutefois, il faut que l'employeur ou le salarié confirment, l'année suivante, leur volonté de renouveler le contrat au moins 2 mois à l'avance par lettre recommandée. Sans une confirmation dans les délais, la clause de reconduction devient caduque.

TRANSFORMATION DU CDD EN CDI APRÈS 3 SAISONS

L'article 14.2 de la convention collective prévoit que les contrats saisonniers conclus pendant 3 années consécutives, et couvrant toute la période d'ouverture de l'établissement, pourront être considérés comme établissant une relation de travail à durée indéterminée sur la base des périodes effectives de travail.

Exemple : un salarié a travaillé du 1^{er} novembre au 30 avril en 2010, 2011 et 2012, ce qui correspondait aux périodes d'ouverture de l'établissement. Il pourra donc bénéficier dès cette année d'une relation à durée indéterminée sur la base des périodes effectives de travail.

PAS D'INDEMNITÉS DE FIN DE CONTRAT

Les travailleurs saisonniers ne bénéficient pas de l'indemnité de précarité de 10 % à la fin de leur contrat. En revanche, ils ont droit à l'indemnité compensatrice

de congés payés. Celle-ci représente 10 % de la rémunération totale brute perçue pendant toute la durée de leur contrat.

LES JOURS FÉRIÉS GARANTIS AU PRORATA

L'article 6 de l'avenant n° 6 du 15 décembre 2009 prévoit que tous les salariés ayant un an d'ancienneté dans l'entreprise bénéficient - en plus du 1^{er} mai - de 10 jours fériés par an, dont 6 sont des jours fériés garantis. Un jour férié garanti donne lieu à une autre journée de repos en compensation ou doit être payé, même si le salarié était en repos ce jour-là ou si l'établissement était fermé. L'article 6, paragraphe 2, réduit la condition d'ancienneté. Un salarié saisonnier doit avoir 9 mois d'ancienneté pour bénéficier de ces jours fériés au prorata de la durée de son contrat. L'ancienneté d'un salarié s'apprécie en prenant la totalité des contrats à durée déterminée qu'il a effectués dans une même entreprise.

Exemple : un saisonnier qui a 9 mois d'ancienneté dans l'entreprise et titulaire, cette année, d'un contrat de cinq mois aura droit à : $5 \text{ mois} \times 6 \div 12 = 2,5$ arrondi à l'unité supérieure, soit 3 jours fériés garantis.

CERTAINS SAISONNIERS PEUVENT BÉNÉFICIER DE LA PRIME TVA

Les saisonniers sont soumis à un régime particulier et plus favorable concernant la prime TVA.

Un salarié titulaire d'un contrat saisonnier a droit à la prime s'il justifie de 4 mois d'ancienneté dans la même entreprise, ou dès sa deuxième saison au sein du même établissement. Concrètement, un saisonnier titulaire d'un contrat de 4 mois bénéficie de la prime TVA, mais prorata temporis à l'issue de son contrat ou dès la fin de la seconde saison consécutive chez un même employeur, même si son contrat est inférieur à 4 mois. La prime d'un salarié saisonnier doit être calculée au prorata de la durée de son contrat de travail.

Exemple : un saisonnier fait une saison de 4 mois dans un restaurant avec un salaire de base de 1 400 € mensuel. Le montant de sa prime sera égal à $1\,400 \text{ €} \times 2\% \times 4 \text{ mois} = 112 \text{ €}$. Le plafond de la prime pour un restaurant ne joue pas dans ce cas ($500 \times 4 \div 12 = 166,70 \text{ €}$).

Le montant de la prime doit être comparé à son plafond, qui doit être lui-même calculé en fonction de l'activité de l'entreprise. Ainsi, un salarié travaillant dans les mêmes conditions mais dans un hôtel ne bénéficiera que d'une prime de 28 € (soit $1\,400 \times 2\% \times 4 \times 25\% = 28 \text{ €}$).

LA MUTUELLE DE BRANCHE OBLIGATOIRE

Les saisonniers, comme tous les salariés, doivent être affiliés à la mutuelle de branche, HCR santé, dès qu'ils comptent un mois civil entier d'emploi dans une même entreprise. Le fait que le salarié bénéficie déjà d'une mutuelle à titre personnel ne le dispense pas d'adhérer à la mutuelle de branche : celle-ci est obligatoire.

À la fin de son contrat de travail, le salarié bénéficie de la portabilité de ses droits sans paiement de cotisations par l'employeur ou lui-même. Ces cotisations sont prises en charge par le régime de HCR santé : c'est la mutualisation de la portabilité. Les salariés saisonniers indemnisés par le régime d'assurance chômage peuvent alors bénéficier de la couverture HCR santé pendant une durée équivalente à leurs mois de travail pleins et pour une période de 9 mois maximum.

Le salarié saisonnier qui n'est plus couvert par le régime conventionnel du fait de la fin de son CDD et de la portabilité peut être couvert entre deux saisons s'il souscrit à un produit intersaison spécifique. Il bénéficiera de tarifs négociés, fixés à partir de 42,88 € pour le contrat de base, 50,58 € et 56,23 € pour des garanties plus larges. Ce produit est proposé dès le 1^{er} mois civil qui suit la fin du contrat ou à la fin de la période de portabilité.

PASCALLE CARBILLET



Pour que des emplois puissent être proposés en CDD saisonniers, il doit y avoir une correspondance entre les tâches à effectuer et l'activité saisonnière de l'entreprise.

LES CONDITIONS DE TRAVAIL

TEMPS DE TRAVAIL

En application de l'avenant n° 2 du 5 février 2007, les entreprises peuvent continuer à travailler sur la base de 39 heures par semaine, mais elles doivent payer la majoration des heures supplémentaires effectuées entre la 36^e et la 39^e heure au taux de 10 %. L'entreprise peut aussi choisir d'appliquer la durée légale du travail, soit 35 heures par semaine.

TAUX DE MAJORATION DES HEURES SUPPLÉMENTAIRES

Les heures supplémentaires s'apprécient à la semaine. Elles sont soit payées, soit récupérées en temps selon les taux de majoration suivants :

- les heures effectuées entre la 36^e et la 39^e heure sont majorées de 10 % ;
- les heures effectuées entre la 40^e et la 43^e heure sont majorées de 20 % ;
- les heures effectuées à partir de la 44^e heure sont majorées de 50 %.

CONTINGENT D'HEURES SUPPLÉMENTAIRES

Le plafond du contingent d'heures supplémentaires est fixé à 90 heures par trimestre civil pour les établissements saisonniers. Les heures supplémentaires accomplies au-delà du contingent ouvrent droit à des contreparties en repos. En revanche, l'autorisation de l'inspecteur du travail n'est plus requise.

DURÉES MAXIMALES DE TRAVAIL

La durée du temps de travail ne doit pas être supérieure aux durées maximales indiquées ci-dessous, heures supplémentaires comprises.

- Durée quotidienne maximale :
 - personnel administratif hors site d'exploitation : 10 heures ;
 - cuisiniers : 11 heures ;
 - autre personnel : 11 h 30 ;
 - personnel de réception : 12 heures.
- Durée maximale hebdomadaire moyenne sur 12 semaines :
 - 46 heures pour toutes les catégories de salariés.
- Durée maximale hebdomadaire absolue :
 - 48 heures pour toutes les catégories de salariés.

LE REPOS HEBDOMADAIRE

Comme tous les salariés du secteur, les saisonniers ont droit à 2 jours de repos hebdomadaire. Mais ces 2 jours ne sont pas forcément accordés de façon consécutive : ils peuvent être d'une journée et de 2 demi-journées, sachant que la convention collective permet de suspendre tout ou partie de ce repos selon des modalités particulières pour les saisonniers.

POSSIBILITÉ DE REPORTER LE REPOS HEBDOMADAIRE

L'article 23.2 de la convention collective donne la possibilité à l'employeur de reporter les jours de repos de ses travailleurs saisonniers. Il doit cependant respecter plusieurs règles.

- Donner une journée de repos par semaine, qui peut être suspendue 2 fois par mois au maximum, et dans la limite de 3 fois pendant la saison.

- Quant aux 2 demi-journées de repos hebdomadaire, elles peuvent être différées et reportées dans la limite de 4 jours par mois, par journée entière ou demi-journée. Ce qui, dans un mois comportant 4 semaines, permet de reporter toutes les demi-journées de repos.

- Tous les jours de repos suspendus devront être compensés par journée entière au plus tard à la fin de la saison et, si cela n'est pas possible, ils seront payés en fin de saison.

Si l'on applique l'ensemble de ces dispositions, l'employeur peut demander à son saisonnier de travailler pendant 3 semaines d'affilée sans aucun repos hebdomadaire. En effet, si les 2 journées de repos plus toutes les demi-journées sont différées pendant un mois, cela donne 3 semaines consécutives de travail. Mais attention, ce n'est possible qu'une seule fois pendant la saison !

En plus de la compensation en temps ou en argent de ce repos hebdomadaire reporté, il ne faut pas oublier le paiement des heures supplémentaires qui peuvent être effectuées. En effet, si l'entreprise reporte le ou les jours de repos de son saisonnier, c'est pour le faire travailler plus et par conséquent cela donne lieu à la réalisation d'heures supplémentaires.

10 HEURES DE REPOS MINIMUM ENTRE 2 JOURS DE TRAVAIL

Pour l'ensemble du personnel, le temps de repos entre 2 jours de travail doit être au minimum de 11 heures consécutives.

Cependant, ce temps peut être réduit à 10 heures pour les saisonniers qui sont logés par leur employeur, ou ceux dont le temps de trajet aller-retour entre leur résidence et leur lieu de travail n'est pas supérieur à une demi-heure (ceux qui habitent à 15 minutes maximum du lieu de travail). En contrepartie de cette réduction, le saisonnier a droit à 20 minutes de repos compensateur. Ce dernier peut être cumulé pendant un mois, à l'issue duquel l'employeur devra le rendre en temps ou le payer.

Si l'employeur a utilisé cette réduction au moins 3 fois dans la semaine, il ne pourra pas suspendre en plus la totalité du repos hebdomadaire du salarié.

Retrouvez des modèles de contrat de travail saisonnier sans terme précis ainsi que des modèles de contrats de date à date sur le blog 'Droit du travail en CHR : tous les contrats de travail (+ modèles)' sur www.lhotellerie-restauration.fr

Près 400 anciens élèves présents

Thonon-les-Bains La doyenne des écoles hôtelières françaises a célébré son centième anniversaire présence de Sylvia Pinel, ministre du Tourisme, et de nombreux invités.

L'école hôtelière Savoie-Léman fête un centenaire plein d'avenir



Dominique Duthel, proviseur, **Jean Denais**, maire de Thonon-les-Bains, **Sylvia Pinel**, ministre du Tourisme, **Jean-Jack Queyranne**, président du conseil régional, et le chef étoilé **Georges Blanc**.

Près de 400 anciens élèves ont rejoint les lycéens et le personnel afin d'assister au centenaire de l'école hôtelière Savoie-Léman de Thonon-les-Bains (74). "C'est leur lycée, ils y sont très attachés. Le bureau des anciens est ouvert tous les matins, ce qui n'est pas très habituel dans la culture des lycées français", explique **Dominique Duthel**, le nouveau proviseur, arrivé l'an dernier du lycée français de Toronto. "L'objectif

de ce centenaire est de faire le lien entre les anciens et les nouveaux, poursuit-il. Nos élèves s'appuient sur le réseau d'anciens pour trouver un emploi. Nous conjugons des critères rarement rencontrés dans un lycée hôtelier : nous sommes situés au cœur d'un espace touristique, nos restaurants gastronomiques et notre brasserie accueillent de vrais clients, notre hôtel est une structure hôtelière 3 étoiles de 32 chambres citée dans le Michelin. Nous sommes référencés par TripAdvisor et Booking, les professeurs travaillent sur les commentaires des clients... cela dépasse l'exercice scolaire : on touche réellement au métier."

INNOVER ET CRÉER

Des débats sur des sujets d'actualité (TVA, saisonnalité, transmission...) ont attiré un public nombreux. **Sylvia Pinel**, ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme, les chefs étoilés **Régis Marcon**, **Georges Blanc** et **Emmanuel Renaut** ainsi que divers intervenants se sont mêlés aux débats. La ministre a également découvert la plaque commémorative '100 ans d'excellence' apposée à l'occasion de ce

centenaire. Les élus locaux et régionaux étaient aussi présents. **Dominique Duthel** a par ailleurs souligné que l'école ne célébrait pas un centenaire figé, mais qu'elle continuait à innover. Ainsi, une troisième classe de seconde technologique a été ouverte, une licence pro de gestion d'une PME hôtelière par alternance a été créée avec l'université de Savoie, des cours de chinois et des échanges avec des universités de l'empire du Milieu ont été mis en place dans le cadre d'un partenariat. "Notre école couvre les formations du CAP à la licence pro, précise **Dominique Duthel**. Nous voulons coller aux attentes des professionnels de notre territoire. Notre école permet d'accéder à des premiers emplois en Middle Management, mais nos élèves possèdent un atout : ils connaissent bien le terrain. Ceux qui ont du potentiel évoluent très vite vers des postes à responsabilité. Un coup d'œil au livre des anciens sur notre site internet vous en convaincra très vite."

FLEUR TARI

Lycée hôtelier Savoie-Léman • 40 bd Carnot
• 74203 Thonon-les-Bains • Tél. : 04 50 71 13 80
• www.ecole-hoteliere-thonon.com

Quatorze mois de formation

Paris Le certificat de qualification professionnelle est né d'une collaboration de plus de trois ans entre le lycée et l'entreprise Domusvi.

Le lycée Jean Drouant lance son CQP gouvernant(e) d'hôtel et de santé

Sous la houlette de **Gilles Blasco**, chef des travaux du lycée Jean Drouant, **Miriam Krikeb**, responsable de la formation chez Domusvi, et **Chantal Fradin**, conseillère en formation continue du Greta des métiers de l'hôtellerie de Paris, la formation de gouvernant(e) d'hôtel et de santé a débuté au lycée Jean Drouant en présence du chef d'établissement, **Christian Badinand**, venu accueillir les

nouveaux stagiaires. Douze hommes et femmes issus de formations différentes et tous salariés de la société Domusvi, animés par la volonté commune de décrocher le précieux certificat de qualification professionnelle. Recrutés et encadrés par une équipe de professeurs expérimentés et dynamiques du lycée (composée de **Dominique Jaussely**, **Anne-Gaëlle le Bahr**, **Sophie Manhaeve**, **Cynthia Perrod** et **Rachel**

Tribouillier), ils vont se former aux techniques du métier par alternance pendant les quatorze prochains mois, ce qui leur permettra d'acquiescer les savoir-faire spécifiques de leur métier. Ils pourront prétendre ensuite à des postes à responsabilité au sein de leur entreprise.

Lycée Jean Drouant
• 20 rue Médéric • 75017 Paris
• lyc-drouant.cola.ac-paris.fr



Au premier rang, de gauche à droite : **Miriam Krikeb**, **Christian Badinand** et **Patrice Larrosa**. Sur les marches, de haut en bas, les stagiaires : **Farida Khat**, **Arsène Amara**, **Magali Rousseau**, **Fabienne Hérault Lesourd**, **Annick Legrand**, **Tidji Gauthier**, **David Delval**, **Sandrine Fontana**, **Cristina Da Silva**, ainsi que **Anne-Gaëlle le Bahr**, **Rachel Tribouillier**, **Laurent Le Nours** et **Gilles Blasco**.

90 % de taux d'occupation

De la décoration au mobilier en passant par le matériel, la salle a été entièrement refaite cet été.

Un restaurant d'application rénové au lycée de Chamalières



Les élèves dans la salle de restaurant rénovée.

Afin de permettre aux élèves de passer de la théorie à la pratique dans les meilleures conditions, le restaurant d'application du lycée de Chamalières (63) a été entièrement rénové cet été. "Tout a été réalisé sur fonds propres et avec les équipes d'entretien de l'établissement", souligne **Frédéric Huret**, chef des travaux. "Il y avait besoin d'un coup de neuf et de vaisselle plus moderne. Nous voulons surtout que les élèves travaillent dans de bonnes conditions", ajoute-t-il. Les élèves ont pris en charge la

commercialisation, la rédaction et la diffusion par e-mail des menus et des soirées à thèmes. Le restaurant reçoit quelques groupes, "des entreprises privées, des associations. Mais nous sommes en priorité orientés vers la clientèle individuelle", précise **Frédéric Huret**.

UNE BELLE CARTE DES VINS

"Nous avons 90 % de taux d'occupation pour une cinquantaine de couverts", précise le chef des travaux. Le lycée propose aussi une belle carte des vins, grâce au travail de la mention

complémentaire sommellerie et il organise une trentaine de soirées à thèmes par an, afin d'appréhender les réceptions avec une centaine de convives. Ce fut le cas pour l'inauguration du restaurant relooké : étaient invités le personnel de l'établissement, des anciens élèves, des fournisseurs et tous ceux qui apportent leur aide pour les jurys et les corrections d'examens.

PIERRE BOYER

Lycée de Chamalières
• Voie romaine • 63400 Chamalières
• Tél. : 04 73 31 74 50
• www.lyceede-chamalières.fr

Reposant sur la méthode de recrutement par simulation

Le géant de la restauration rapide renforce ses liens avec Pôle emploi. L'accord-cadre signé le 25 septembre va systématiser et harmoniser le dispositif d'embauche dans les restaurants de l'enseigne.

McDonald's signe un accord national avec Pôle emploi



Jean-Pierre Petit, p.-d.g. de McDonald's France, et Jean Bassères, directeur général de Pôle emploi, lors de la signature de l'accord le 25 septembre dernier.

méthode de sélection des candidats ouverte à tous les profils même sans qualification -, était le partenaire idéal. En effet, de nombreux restaurants travaillaient déjà localement avec l'agence sur des recrutements via cette méthode.

95 % DES CANDIDATS REÇUS VIA LA MRS RECRUTÉS

Ainsi, à Dourdan (78), le partenariat avec Pôle emploi a permis de mener à bien le recrutement d'une soixantaine de personnes entre avril et juin. Mieux, 95 % des candidats reçus en entretien via la MRS étaient effectivement recrutés. Grâce à des exercices de simulation et de nouveaux outils de

sélection, la MRS permet d'évaluer les aptitudes des candidats sans s'attacher au diplôme.

Pôle emploi dispose aujourd'hui d'une centaine de plateformes dédiées à la MRS en France. Pour les chômeurs, dont certains sont parfois très éloignés de l'emploi, la réussite de ces tests crée une nouvelle dynamique et leur permet de retrouver confiance en eux. Pour les employeurs, c'est la garantie d'une sélection adaptée à leurs besoins. Les taux de rupture en période d'essai sont ainsi plus faibles. Pour aller plus loin en faveur de l'emploi, les deux parties s'engagent également à travailler ensemble sur l'anticipation des besoins en recrutement et les moyens à mettre en œuvre. Un groupe de travail réunissant des représentants locaux de Pôle emploi et McDonald's sera également créé.

VALÉRIE MEURSAULT

Création de 9 000 emplois d'ici à 2014 : voilà l'engagement pris par McDonald's France en 2011 auprès du ministère du Travail. L'accord national signé le 25 septembre dernier avec Pôle emploi permettra de systématiser et d'harmoniser la méthode

de recrutement par simulation (MRS) dans les restaurants McDonald's. Alors que la crise s'installe et que le chômage ne cesse d'augmenter, les opportunités offertes par l'enseigne se devaient d'être relayées et soutenues au niveau national. Pôle emploi, qui a créé la MRS - une

“Les circuits sont plus courts”

Si le volume des recrutements du secteur reste encore dynamique malgré la crise, l'heure est à la prudence.

Recrutement : une rentrée sous haute surveillance

Tous les indicateurs de l'emploi sont au rouge en France.

Ainsi, le baromètre Prisme (Professionnels de l'intérim, services et métiers de l'emploi) accuse une baisse de 10 %. Dans cette ambiance morose, la pénurie de certaines compétences sur le marché de l'hôtellerie et de la restauration amortit encore l'impact de la crise. En effet, les recruteurs n'enregistrent qu'une baisse de 0 à 6 % sur l'intérim. Mieux, certains acteurs comme ceux de la restauration collective profitent de la saisonnalité de leur activité pour afficher de bons niveaux de recrutements. “Après la pause estivale et les vacances scolaires, les périodes de rentrée sont toujours très actives”, confirme Gaëlle Gervais-Huault, directrice du secteur hôtellerie-restauration Île-de-France chez Adecco.

DES RECRUTEURS PLUS EXIGEANTS

Dans les grands groupes comme Sodexo, Sogeres ou Compass, des opportunités sont ouvertes à des profils très diversifiés et les perspectives d'évolution de carrière



Pour Gaëlle Gervais-Huault, spécialiste du secteur hôtellerie-restauration Île-de-France pour Adecco, “les demandes portent souvent sur des candidats directement opérationnels”.

Il y en a de nombreuses. “C'est un bon tremplin pour des jeunes diplômés”, assure Gaëlle Gervais-Huault. Pour l'ensemble du

marché de la restauration et de l'hôtellerie, la crise rend les recruteurs plus exigeants. En effet, ces derniers manquent de visibilité et gèrent donc leurs recrutements à court terme en fonction de la demande de leurs clients. “Les circuits sont plus courts et les demandes portent souvent sur des candidats directement opérationnels”, précise encore Gaëlle Gervais-Huault. Le marché de l'emploi répond à des ajustements serrés en fonction de l'évolution économique et à des exigences plus fortes.

Les candidats doivent donc se montrer réactifs et souples. Un chef de partie, par exemple, a tout intérêt à mettre en avant sa polyvalence et se montrer prêt à changer de spécialité.

Enfin, les recruteurs recherchent plus que jamais des qualités managériales et de savoir être.

V. M.

Cinq règles de base

L'annonce d'offre d'emploi joue un rôle-clé dans la phase de recrutement. Elle doit impérativement être informative et attractive.

Les clés du management : comment rédiger une annonce

Rédiger une annonce peut sembler simple.

Or, l'enjeu est important. De sa pertinence dépendra celle des candidatures que vous allez recevoir. L'exercice mérite donc d'être préparé autour de règles de base rappelées par Florian Mantione, directeur du cabinet de conseil RH Florian Mantione.

- **Sur le restaurant ou l'hôtel, soyez complet et précis** : type de restauration, ancienneté de l'établissement, nombre de couverts, nombre de chambres, heures d'ouverture, positionnement de l'offre, nombre de salariés, management (familial, gérance, franchise...).
- **Sur le poste à pourvoir** : n'hésitez pas à lister toutes les tâches et les missions attendues du candidat. En effet, derrière le même intitulé de poste, peut se cacher une réalité différente selon les établissements.
- **Sur le profil du candidat** : formation, expérience, savoir-faire et savoir être (traits de la personnalité). Attention : n'oubliez pas d'ajouter la mention ‘références exigées’. Le candidat devra alors apporter des contacts et saura que le recruteur les appellera pour



Florian Mantione, directeur de cabinet de conseil RH.

Astuce

Pour vous démarquer, vous pouvez personnaliser votre annonce à condition de respecter la règle de la transparence et de la précision. Ce ton permet aussi d'attirer les candidats qui partagent le même état d'esprit. Exemple : Je m'appelle Jean Dupont. Je suis restaurateur depuis quinze ans. Je cuisine les produits de saison pour une cinquantaine de couverts par jour. C'est une affaire familiale et nous sommes dix personnes, dont quatre en cuisine, etc.

prendre des renseignements. Cela a un effet assez dissuasif pour ceux qui seraient tentés de tricher sur leur C.V.

- **Sur les conditions de travail, soyez transparent** : horaires, rémunération, avantages sociaux.
- **N'hésitez pas à mettre en avant les atouts du poste** : possibilité d'évolution (ouverture prochaine, augmentation ou promotion à envisager, etc.).

RAPPEL JURIDIQUE

Il est interdit, dans une offre d'emploi et tout au long du processus de recrutement, de mentionner ou de faire apparaître des critères liés à l'âge, au sexe ou à l'origine.

V. M.



Pour préserver l'équilibre du restaurant entre cuisine et salle, la valorisation du service est indispensable : arts de la table et de la salle en sont deux éléments essentiels. Cette page est dédiée à l'univers du métier sous forme d'informations pratiques. Bonne lecture !

Rubrique animée par Hélène Binet

Cédric Servain : "On peut avoir une très belle carrière et bien gagner sa vie en salle"

Cet homme de 35 ans est ambitieux et dynamique. Depuis le 1^{er} mai, il est directeur de salle du restaurant doublement étoilé La Palme d'or de l'hôtel Martinez à Cannes. Il nous parle du métier.

Propos recueillis par H. B.

L'Hôtellerie Restauration : Comment s'est déroulé votre début à La Palme d'Or ?

Cédric Servain : Je suis arrivé quelques jours avant le Festival de Cannes. Autant dire que j'ai dû prendre mes marques très rapidement : c'est une période de forte activité pour l'hôtel Martinez. À cette date, on sert de 80 à 100 couverts par soir. L'équipe de 15 personnes, mise en place par **Philippe Caillouet**, était opérationnelle. J'ai observé, écouté les employés avant de prendre les choses en main et installer ma méthode de travail. Mon assistant **Pierre-Marie Ragon** est en poste depuis quatre ans, il m'a donc beaucoup aidé pour ce démarrage.



Cédric Servain : "Nous formons un vrai binôme salle-cuisine avec **Christian Sinicropi**."

un vrai binôme salle-cuisine avec **Christian Sinicropi**. Nous discutons des produits, des plats. Cette symbiose est primordiale pour le succès du travail en équipe.

Quels ont été les changements en salle ?

J'ai mis en place des briefings quotidiens : c'est important de rassembler son équipe avant et/ou après les services. Un gros travail relationnel est réalisé par le maître d'hôtel lors de la prise de commande. Ce dernier a tout intérêt à être présent en salle pour fidéliser la clientèle. Nous utilisons dorénavant des moyens mnémotechniques pour gagner en rapidité. Les ventes ont augmenté - entre autres grâce aux suggestions du chef. Nous formons

Quels sont vos projets ?

Mon idée est de donner un coup de jeune en salle, tout en gardant l'âme de la maison. La moyenne d'âge de la clientèle est de 40 ans, ce qui est peu. Je travaille sur le changement de décoration, la création de pièces uniques et la sélection de produits propres à La

SES CONSEILS POUR RÉUSSIR DANS LE MÉTIER ?

- **S'investir** : on peut avoir une très belle carrière et bien gagner sa vie. Mais, il faut dépenser de l'énergie et travailler pour y parvenir.
- **Positiver** : il faut éviter de penser aux points négatifs, mais plutôt à ce que le métier peut nous apporter. Pour ma part, ce sont les marques de satisfaction immédiates de la part des clients.
- **Être intransigeant** : tout le monde n'est pas fait pour la restauration gastronomique. Il existe différents types de restauration pour s'épanouir.

LES QUALITÉS D'UN BON PROFESSIONNEL

- rigueur • gentillesse • sincérité

Palme d'or (cafés, beurrés, etc.) en privilégiant la qualité et non la quantité.

Retrouvez le parcours de **Cédric Servain** avec le mot-clé **RTR023542** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Le saviez-vous ?

Lorsque le couteau et la fourchette sont croisés dans l'assiette, il s'agit d'un code qui avertit que l'on peut débarrasser la table.

Source : *La Grande Histoire des arts de la table*, de Jacqueline Queneau et Christine Fleurent, aux Éditions Aubanel, 2006.

AGENDA

Vendredi 12 octobre

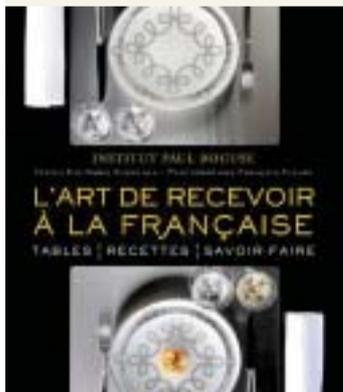
Le lycée hôtelier de Toulon (83) accueillera la finale nationale Un des Meilleurs apprentis de France dans la catégorie arts de la table.

Du 6 au 9 novembre 2012

Tom Fournié et Michaël Bouvier, lauréats 2011 de la coupe Georges Baptiste - respectivement dans les catégories élèves et professionnels - représenteront la France lors de la 5^e édition de la coupe Georges Baptiste internationale à Tokyo (Japon). Des candidats issus de 15 pays s'affronteront durant quatre jours. Bonne chance à eux !

À lire

L'Art de recevoir à la française avec l'Institut Paul Bocuse



En 224 pages, l'ouvrage de l'Institut Paul Bocuse *L'Art de recevoir à la française* conte l'histoire des réceptions à la française, la conception des menus en fonction des invités, le mariage des mets et des vins, le dressage et le placement à table, la présentation des

assiettes, la vaisselle, les codes protocolaires... Il est constitué de conseils, recettes, photographies, citations indispensables à un repas réussi. Ce livre est un véritable guide pratique et illustré pour l'hôte soucieux de bien recevoir ses invités.

L'art de recevoir à la française avec l'Institut Paul Bocuse

- Textes : **Eve-Marie Zizza-Lalu**
- Photographies : **François Fleury**
- Éditions Flammarion
- Prix : 30 €

LA CRÉATION

Table de service Essentiel de Wilfried Morandini



Fasciné par l'univers des arts de la table, le directeur d'exploitation de l'institution Dubern à Bordeaux (33), **Wilfried Morandini**, a apporté ses conseils et son expertise pour la conception de la table de service Essentiel signée par l'orfèvrerie Christofle. "Notre collaboration s'est immédiatement portée sur l'ergonomie, la fonctionnalité, la solidité et l'innovation pour que

cette table réponde au mieux aux exigences des professionnels", ajoute

Juliette Gardinier, chef de produit senior chez Christofle. Pensé autant pour un restaurant gastronomique que pour un restaurant contemporain, ce guéridon en hêtre teinté a la particularité d'être modulable : il peut se transformer en plateau à fromages (plaque en marbre), et on peut y poser une pierre chaude pour les découpes en salle (module en cours de réalisation). Hauteur de la table, rangements malins, maniabilité, facilité de nettoyage... tous les détails du quotidien ont été pris en compte. La table sera présentée au salon Equip'Hôtel à Paris et au Sirha à Lyon.

- Prix : 11 000 € + 2 300 € le module.

www.christofle.fr



Épauler les professionnels au quotidien

Lanslebourg-Mont-Cenis Lors du congrès annuel du syndicat, qui s'est tenu lundi 1^{er} octobre, Claude Daumas, son président, a présenté un 'plan Marshall' pour sauvegarder et développer l'hôtellerie indépendante.

La Fagiht propose dix mesures pour sauver l'hôtellerie indépendante



Claude Daumas, président de la Fagiht, et Jean-Pierre Jorcin, maire de Lanslebourg-Mont-Cenis et secrétaire général de la Fagiht, souhaitent la bienvenue aux congressistes.



Retrouvez le congrès de la Fagiht en vidéos avec le mot-clé **RTR323644** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr ou avec le QR code ci-contre



Un auditoire très concentré pour l'atelier management et ressources humaines.

Jean-Pierre Jorcin, maire de Lanslebourg-Mont-Cenis (73) et secrétaire général de la Fagiht, a accueilli dans les locaux de l'office du tourisme les nombreux participants au congrès annuel de la Fagiht. Le syndicat, avec cette manifestation, veut être au plus près de ses adhérents, en les aidant à résoudre leurs problèmes quotidiens, mais aussi en montrant son rôle pour la défense et la survie des entreprises du secteur. Deux ateliers ont occupé la matinée du 1^{er} octobre.

Le premier, animé par **Olivier Chrétien** et **Nicolas Pham**, était consacré à l'évaluation et au financement du patrimoine.

Combien vaut mon bien sur le marché immobilier ? Quelle est la valeur de mon fonds de commerce ? Comment évaluer ses biens avant et après un sinistre ? Des questions simples, mais dont les réponses étaient parfois complexes.

Un second atelier était consacré au management et aux ressources humaines. Depuis une dizaine d'années, les entreprises ont l'obligation d'élaborer un document unique d'évaluation des risques. "Mais on constate que de nombreux établissements ne le mettent pas à jour alors qu'il est systématiquement demandé en cas de contrôle", précise **Claude Daumas**, président du syndicat. Depuis cette année, les professionnels doivent également établir une fiche individuelle de pénibilité.

Julien Gruau, juriste à la Fagiht, a présenté les deux modèles existants - l'un pour la restauration et les débits de boissons, l'autre pour l'hôtellerie - que son organisation a réalisés conjointement avec la caisse d'assurance retraite et de la santé au travail Rhône-Alpes (Carsat, anciennement Cram). Les modèles proposés sont simples et accessibles et sont destinés à être enrichis par les professionnels.

PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE

Maître **Jean Boisson**, avocat au cabinet LexAlp, est venu rappeler la réglementation applicable pour embaucher des salariés étrangers. Face à la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur, de nombreux professionnels sont tentés de recruter des étrangers. Si l'embauche d'une personne ne venant pas de la Communauté européenne est très difficile, une solution trouve l'approbation de près de 80 % des professionnels qui l'utilisent : le recours à des agences

d'intérim de salariés polonais. Mais l'avocat met en garde les professionnels : il ne suffit pas de répondre à ce genre de proposition et d'envoyer un chèque. Il recommande de faire un minimum de vérifications sur l'activité de l'officine dans le pays d'origine et surtout de vérifier que les cotisations sociales sont bien payées au moyen du formulaire A1.

Partant du constat que de nombreux professionnels ne profitent pas des possibilités offertes en matière de formation, la Fagiht a demandé à **Michel Geiser**, directeur général du Fafih, de présenter les différents outils proposés par l'organisme paritaire collecteur agréé en matière de formation et de financement. Lors de la séance plénière qui s'est tenue l'après-midi, Jean-Pierre Jorcin a rappelé que, dans sa commune, il y avait vingt hôtels avant la Seconde Guerre mondiale. Désormais, il n'en reste plus que six. Dans certaines communes touristiques, il n'y en a plus un seul. La Fagiht demande donc aux pouvoirs publics de prendre position pour assurer la sauvegarde et le développement de l'hôtellerie-restauration indépendante en adoptant dix mesures, une sorte de plan Marshall pour le secteur.

Gérard Guy, président de la CPIH, et **Didier Chenet**, président du Synhorcat, tous deux présents au congrès, ont déclaré que leurs organisations respectives soutiendront ces propositions.

Le prochain congrès se tiendra le 14 octobre 2013, à Besançon, chez **Daniel Frelin**, président délégué de la Fagiht et président de la Fagiht 25.

TEXTE : PASCAL CARBILLET
VIDÉOS : CÉCILE CHARPENTIER

Retrouvez le texte intégral des 10 mesures pour sauvegarder et développer l'hôtellerie-restauration indépendante avec le mot-clé **RTR223455** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr

Les 10 mesures

1. Créer une banque dédiée pour financer les projets de création, de rénovation, de modernisation des hôtels exploités par des entreprises patrimoniales. Cette institution proposerait des emprunts à long terme pour les travaux de mise aux normes et d'entretien, et pour les créations et rénovations fondamentales, avec des taux d'intérêts bonifiés.
2. Adapter la fiscalité, en permettant des amortissements accélérés pour les investissements immobiliers et mettre en place des réserves d'investissements. Favoriser la transmission de l'outil de travail, en allégeant la fiscalité et en instaurant une exonération des droits de succession à hauteur d'un montant équivalent investi.
3. Créer un véritable statut de l'entreprise saisonnière en intégrant toutes les spécificités de la saisonnalité avec une proportionnalité des charges.
4. Soutenir socialement un secteur créateur d'emplois en allégeant le coût du travail.
5. Aménager le calcul de l'annualisation du temps de travail pour les entreprises saisonnières. Adapter le plafond annuel de 1 607 heures aux entreprises saisonnières en ne déduisant pas du temps de travail les congés payés et les jours fériés qui sont payés dans le cadre d'un CDD saisonnier. En adaptant cette formule, cela permettrait pour un CDD de 4 mois d'avoir 606 heures modulées sur la saison au lieu de 535 heures comme dans le régime actuel.
6. Revenir à une réglementation raisonnable en matière d'accessibilité qui concilie les demandes légitimes des personnes handicapées avec la réalité économique et technique des entreprises. Faute de quoi, de nombreuses entreprises, dans l'incapacité de financer les travaux, disparaîtront.
7. Les normes incendie sont disproportionnées par rapport à la sinistralité. On ne déplore aucune victime dans l'incendie d'un véritable hôtel depuis plusieurs décennies. Il convient donc de sortir de l'idéologie du risque zéro pour revenir à une réglementation raisonnable et proportionnée au risque.
8. Moraliser les pratiques du e-commerce qui ne rapportent pas un sou aux finances publiques françaises, avec la création d'un code du e-commerce. Mettre en place un outil de mutualisation des expériences et de conseils pour permettre aux professionnels de contrer les pratiques dont ils sont victimes. Doter Atout France ainsi que les offices de tourisme d'outils de commercialisation en ligne capables de rivaliser avec les OTA.
9. Prendre en compte la taille des entreprises, qui sont majoritairement des TPE (moins de 20 salariés) dans le secteur des HCR. Il convient d'alléger les procédures pour les TPE, afin de ne plus les placer en position d'être verbalisées par l'administration, qui applique à la lettre des textes inadaptés.
10. Redonner l'envie d'entreprendre, en normalisant les rapports avec l'administration et en appliquant la charte du droit des entreprises, signée en 2007.

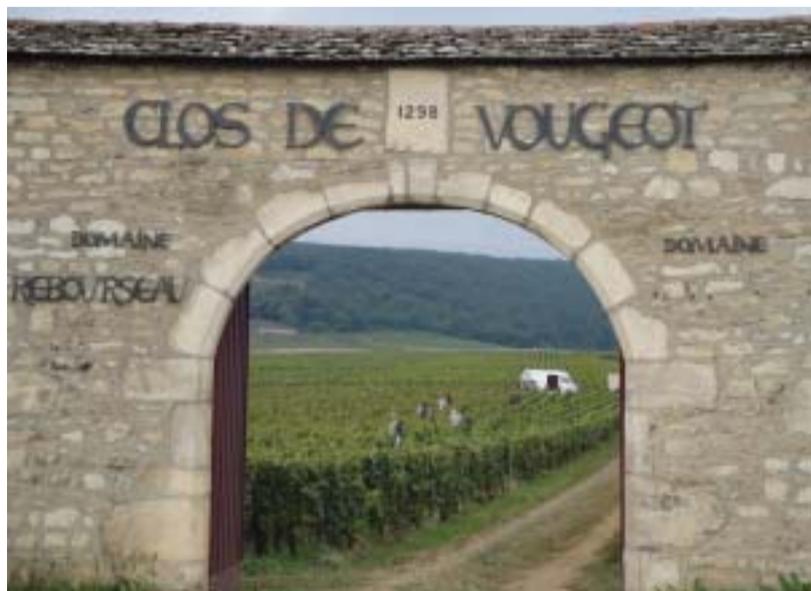
Un cadre réglementé

Un projet de la commission européenne visant à autoriser l'utilisation du terme château pour les vins nord-américains relance le débat sur la protection de la terminologie vitivinicole.

Que signifient les mentions château, clos, cru...

Après la polémique suite à l'achat du château de Gevrey-Chambertin par un homme d'affaires chinois, **Louis Ng Chi Sing**, un projet de règlement de la commission européenne autorisant l'utilisation de la mention traditionnelle château pour les vins en provenance des États-Unis lance une nouvelle controverse. La Fédération des grands vins de Bordeaux (FGVB) est vent debout contre ce projet. Les Bourguignons s'alarment sur l'utilisation éventuelle du terme clos. C'est l'occasion pour faire le point sur l'utilisation des mentions château, clos, cru, hospices, etc. que l'on retrouve régulièrement sur nos cartes des vins. Il faut préciser que le Bordelais et la Bourgogne n'ont pas le monopole de l'utilisation de cette terminologie. Le terme château est utilisé dans plusieurs régions françaises, mais aussi aux États-Unis : Château Saint-Jean (Sonoma), Château Montelena, Château Potel (Napa)... C'est le cas également dans d'autres pays : Château Mercian (Japon), Château Camou (Mexique), Château Saint-Augustin (Tunisie), Château des Charmes (Canada), Château Mana (Corée du Sud)...

En France, certains de ces termes sont protégés depuis 1921. Néanmoins, un texte récent (décret du 4 mai 2012) relatif à l'étiquetage et à la traçabilité



Le Clos de Vougeot, en Bourgogne.

des produits vitivinicoles apporte des précisions sur l'utilisation des termes protégés. Ces derniers sont réservés aux raisins récoltés et vinifiés sur l'exploitation : ils ne peuvent donc être utilisés pour les achats de vendanges.

RESTRICTIONS D'UTILISATION

Font l'objet de restriction d'utilisation, et sont réservés aux seules appellations d'origine protégée ou appellations d'origine contrôlée : château, clos, cru, hospices. Les termes abbaye, bastide, campagne, chapelle, commanderie,

domaine, mas, manoir, monastère, monopole, moulin, prieuré et tour sont réservés aux vins bénéficiant d'une appellation d'origine (AOP/AOC) ou d'une indication géographique protégée (IGP, anciens vins de pays).

Concernant les AOP, il existe une restriction pour le terme clos. Selon la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, il s'agit de parcelles soit clôturées par murs ou haies, soit de vins dont l'appellation comporte ce terme. Quant à l'utilisation du terme

cru, une nouvelle disposition exige une notoriété minimale de dix ans si ce terme est employé pour une exploitation individuelle.

CAVES COOPÉRATIVES ET UTILISATION DES TERMES PROTÉGÉS

L'utilisation de ces termes est impossible lorsque la vinification s'effectue au sein de la coopérative dans ses propres installations et non au sein de chaque exploitation. Mais la jurisprudence l'admet dès lors que les vendanges des différents adhérents sont parfaitement identifiées et vinifiées séparément.

QU'APPELLE-T-ON CHÂTEAU ?

Le terme château n'est pas subordonné à la présence, sur l'exploitation, d'une construction ayant l'apparence d'un château. Ce qualificatif peut s'appliquer à tout vignoble produisant du vin d'AOP ou AOC doté de bâtiments et de matériel nécessaires à la culture de la vigne et à la vinification. C'est ce qui explique que l'on estime que 90 % des 9 100 exploitations girondines utilisent la mention château pour qualifier les vins qui en sont issus.

Pour rédiger la carte des vins, il suffit de se référer à l'étiquette pour utiliser la dénomination exacte. **PAUL BRUNET**

L'une des premières AOC déclinées

Cette région offre de nombreuses appellations, dont certaines sont encore confidentielles. Cette large palette de vins peut accompagner tous types de repas, du plus simple au plus prestigieux.

Les vins de Bergerac, une gamme variée pour la restauration

Vignoble très ancien, le Bergeracois se confond avec l'avènement de la civilisation gallo-romaine. Au XIII^e siècle, le roi d'Angleterre Henri III, qui règne alors sur l'Aquitaine, accorde le droit de circulation des vins de Bergerac jusqu'à l'embouchure de la Gironde, au grand dam de leurs voisins bordelais. En 1936, les vins du Bergeracois, dont l'aire de production avait été définie par le tribunal de Bergerac en 1923, sont parmi les premiers à obtenir l'appellation d'origine contrôlée (les AOC ont été créées par le décret-loi du 30 juillet 1935).

LOCALISATION ET ENCÉPAGEMENT

Les vignobles sont localisés sur le département de la Dordogne, l'un des hauts lieux de la gastronomie française. Les vins rouges et rosés sont issus de cabernet franc, cabernet sauvignon, cot et merlot. Les blancs sont issus de sémillon, sauvignon, muscadelle, chenin et ondenc, un encépagement très proche de celui du Bordelais. Toutefois, malgré cette proximité, les vins de Bergerac ont leur identité propre.

CARACTÈRES DES VINS ET ACCORDS AVEC LES METS

Le Bergeracois offre une gamme de vins incomparable pour la restauration. Des vins blancs secs : bergerac sec et montravel, à boire jeunes, avec les huîtres, les



Le château de Monbazillac.

fruits de mer, les préparations à base de poissons, en choisissant les plus souples pour les préparations à la crème. Des vins blancs moelleux ou liquoreux : monbazillac, côtes de montravel, haut-montravel, saussignac, rosette. La plupart d'entre eux ont une excellente aptitude à la conservation. La région est propice à l'élaboration de vins blancs issus de raisins botrytisés (comme à Sauternes). Ceux-ci trouvent leur place sur le foie gras, les fromages à pâte persillée, de

nombreux desserts mais aussi à l'apéritif. Les vins rouges sont tout aussi variés : vins légers, à boire jeunes, sous l'appellation bergerac, montravel (depuis 2001) pour accompagner les grillades, les viandes blanches ; vins plus corsés sous les appellations côtes de bergerac et surtout pécharmant. Ce dernier a une très bonne aptitude à la conservation. Après quelques années en bouteille, côtes de bergerac et pécharmant trouvent leur place sur les volailles, le gibier, les viandes rôties, les fromages...

DES APPELLATIONS CONFIDENTIELLES

Certaines appellations sont confidentielles : saussignac (à peine 50 ha), rosette (un peu plus de 10 ha), pécharmant (400 ha environ).

Profitez du service du vin au verre pour faire découvrir ces appellations confidentielles, pour proposer les quatre montravel (montravel, côtes de montravel, haut-montravel et montravel rouge), sans oublier de faire référence à Montaigne... Quant au monbazillac, seigneur incontesté des vins de la région, il sera toujours apprécié qu'il soit jeune ou qu'il ait passé plusieurs années en cave. **P. B.**



1,44 € en salle en moyenne

Un client satisfait est un client qui a le sentiment de payer le bon prix. Par temps de crise, cela peut demander des ajustements.

Se pencher sur le juste prix du café, une nécessité

Le 30 octobre, Gira Conseil dévoilera une étude réalisée pour Equip'Hôtel sur le prix du café en France. Onze régions auront été analysées, prenant en compte les différents lieux de consommation comme la vente au comptoir ou la distribution automatique. Un 'indice KFé' qui permettra d'avoir une vision plus précise d'un marché hétérogène par nature. L'Insee situe le prix moyen actuel du café en salle en France à 1,44 €. Mais c'est une moyenne. Pour l'instant, une seule certitude : à chacun son prix ou presque. Avec un curseur de marge qui varie en fonction de nombreux paramètres et cette question : le café est-il un produit d'appel, de fidélisation, de rentabilité, d'animation, de différenciation ? Sachant aussi que le consommateur limite ses dépenses, qu'il a désormais accès à des produits de qualité à la maison ou au bureau, que le ticket moyen tend à la baisse en restauration et que le coût des matières premières augmente... Bref, l'expresso et son prix de vente doivent être considérés avec un maximum d'attention.

LA QUALITÉ PRIME

Au début des années 1990, Illycaffè a créé une petite révolution en osant parler ouvertement, en France, du prix du café au kilo dans les bistrot, sujet jusque-là tabou. Vingt ans plus



tard, c'est la qualité qui prime. Ce qui est une bonne chose. Le torréfacteur de Trieste défendait en outre cette notion : lorsque le café est bon, en fin de repas ou au coin du zinc, le client en commande un deuxième. Mieux vaut en vendre deux qu'un seul ! Une lapalissade ! Quoique... En période de restriction économique, se pencher sur la courbe des ventes par produit s'impose à tous, café en tête. S'interroger sur la prestation est le premier réflexe à avoir. Est-ce que le café que je sers est plaisant au goût, correctement servi ? Suis-je dans le rapport qualité-prix qui convient ? Quel est le 'petit plus' qui peut justifier un certain prix de vente, en dehors du lieu ou de l'environnement ? La satisfaction du client est-elle au rendez-vous ? Un client régulier qui ne prend plus de café en fin de repas à l'heure du déjeuner est un signe révélateur... Un professionnel du Touquet (62) récemment interrogé estime que le café à Paris est moins cher qu'en province. Et de citer un café à 1,20 € en salle dans le

VIII^e arrondissement ou encore à 1 € dans le V^e arrondissement. Savez-vous que le café à 1 € fait l'objet d'un chapitre sur le site de la mairie de Paris ? La rédaction de Paris.fr recense ainsi une soixantaine de bistrot et autres lieux où le petit noir ne dépasse pas ce montant pas si symbolique que ça. En effet, le prix doit correspondre à une prestation et celle-ci doit être 'reconnue' ou 'admise' ou encore 'accessible' au consommateur au moment de l'acte d'achat.

ATTENTIONS ANNEXES

Ajoutez à cela que les clients sont sensibles aux attentions annexes : mignardises, sourires, tasse non ébréchée, etc. Marger à 2, 3 ou 4 sur le café dépend de la politique commerciale globale appliquée par le restaurateur, le cafetier ou l'hôtelier. En brasserie, s'appuyer sur le café à 1 € entre 7 heures et 9 heures du matin par exemple, ou l'inclure dans la formule repas, est valable. Pouvoir d'achat en baisse oblige. Dans un autre esprit, un cafetier du sud de la France a mis en place, cet été, durant un festival, une réduction de 10 % aux clients qui commandaient leur expresso en n'omettant pas d'ajouter le bienséant 's'il vous plaît'. 1,80 € au lieu de 2 € donc. Une promotion comme une autres qui ouvre les champs du possible. Le café est tout, aujourd'hui, sauf une boisson anonyme.

Nouveaux points de vente Malongo : repères

Trois questions à Marie Mallez, directrice commerciale du pôle Retail et Corporate de CB'a. Elle a piloté les projets de concept des boutiques Malongo, version 2012.

L'Hôtellerie Restauration : Quels étaient, pour vous, les impératifs de l'espace Barista dans la boutique de la rue Saint-André-des-Arts, à Paris, qui vient d'être inaugurée ?



Marie Mallez : Le comptoir Barista devait renforcer l'expertise de la marque Malongo en proposant un complément d'expérience artistique et spectaculaire par rapport à la zone boutique.

À travers sa mise en scène visible en vitrine et depuis la boutique, il permet au visiteur d'apprécier la préparation de son café par les meilleurs baristas du torréfacteur. Il a nécessité de nombreuses réunions avec ces derniers pour proposer un comptoir qui respecte les codes de la marque (matériaux naturels et bruts, lumière chaleureuse, traitement linéaire et maîtrise de la forme), l'ergonomie nécessaire, la fonctionnalité réclamée...

Pour valoriser le café dans un établissement, quels sont, à vos yeux, les repères-clés ?

Une expérience sensorielle multiple : l'odorat en extérieur pour attirer les visiteurs, le toucher avec le café vert prêt à être torréfié, la vue sur un espace chaleureux et toutes les étapes nécessaires à la dégustation d'un excellent café, l'ouïe avec le spectacle offert par le ballet des baristas, le bruit de la machine à torréfier et des machines à café, le goût avec l'assurance de déguster des cafés d'exception...

Vous avez repensé le corner Malongo du centre commercial Cap 3000 Nice : là encore, quelles ont été les lignes directrices ?

Les mêmes que celles imaginées pour la boutique : une zone qui valorise la préparation et la torréfaction du café et une offre de cafés d'exception avec la possibilité de déguster sur place avec le concours des meilleurs baristas du moment. C'est l'association de ces deux expertises qui permet de représenter le savoir-faire global de la marque Malongo sur le café : un savoir-faire qui va du grain à la tasse. Le décor constitué de matériaux naturels et bruts supporte ses engagements en matière éthique et durable.



Cafés Richard : barista, génération future

Le 15 octobre, Barista Nation en sera à sa sixième édition. Et pourtant, ce sera sa première en Europe. Et c'est en France que la manifestation aura lieu, grâce à l'efficacité reconnue des Cafés Richard. "Le temps d'une journée, les baristas du monde entier et les autres acteurs professionnels passionnés se retrouvent pour échanger et acquérir de nouvelles compétences autour du café et de ses multiples facettes..." Ce n'est

ni un salon, ni un meeting, ni un concours... C'est beaucoup plus que ça : c'est un laboratoire d'idées et de connaissances qui s'entremêlent et s'entrechoquent. Le café est présenté autrement. Ceux qui l'abordent n'ont pas de limite, sinon la recherche du meilleur du café. Le phénomène traverse l'Atlantique et sera très grand lundi 15 octobre, à l'Académie du Café, sous l'égide française de Cafés Richard.

Les cocktails signature des Cafés Richard

C'est dans les locaux de l'Académie du café des Cafés Richard qu'aura lieu le Barista Nation 2012. Un lieu dédié au savoir-faire, aux bons gestes mais aussi à la création. Le centre de formation des Cafés Richard a mis au point tout une série de recettes de cocktails plus réussies et savoureuses les unes que les autres. À découvrir et faire découvrir,



le Latté Macchiato crème brûlée.
Ingrédients : 15 cl de lait, 5 pressions de sirop crème brûlée, un double expresso
Progression : Faire couler un double expresso serré dans un petit broc avec bec verseur. Chauffer le lait à la buse en une légère émulsion pour obtenir une mousse de lait assez liquide. Mettre en premier le sirop au fond du verre, puis verser la mousse

délicatement sur le dos d'une cuillère en laissant juste la place pour l'expresso. Verser doucement l'expresso au centre de la mousse pour créer le dernier étage.

Le plus du barista : pour un effet visuel spectaculaire, avec une sauce au caramel, dessiner sur la surface de la mousse un motif façon 'painting'.

65 % des réservations de dernière minute faites par mobiles

Les achats via téléphone portable explosent et les réservations d'hôtel et de restaurant suivent cette tendance. Comment les professionnels peuvent-ils optimiser leur stratégie mobile pour transformer un simple flâneur en acheteur ?

L'utilisateur de smartphone, un client potentiel très convoité

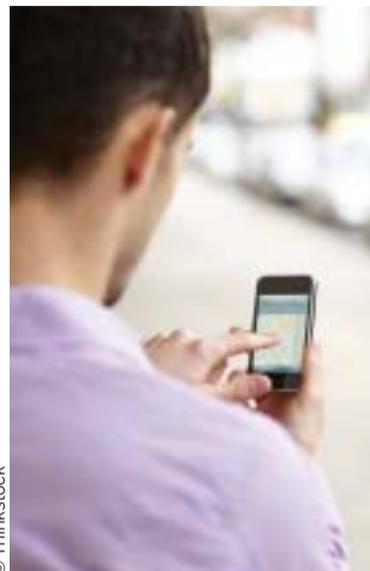
Flâneurs, acheteurs, explorateurs... Les utilisateurs de smartphones surfent avec des motivations fluctuantes en fonction du moment et des besoins. Les clients via mobile sont des acheteurs de dernière minute. Selon le site de réservation Expedia, 65 % des personnes réservant un hôtel à moins de 24 heures du check-in le font depuis un mobile. Les réservations de dernière minute étant devenues une vraie tendance dans l'hôtellerie, on peut s'attendre à ce que les réservations sur mobile explosent dans les prochaines années. Les hôtels plébiscités sont majoritairement des 2 et 3 étoiles (davantage disponibles en dernière minute), pour des ventes qui ont principalement lieu les vendredis et samedis.

Selon une étude d'HeBS Digital, spécialiste américain du marketing et de la stratégie internet dans le secteur de l'hébergement, les hôteliers sont plus impliqués dans le développement de leur site mobile et dans la mise en place d'un moteur de réservation mobile que dans les autres stratégies possibles (référencement naturel sur mobile, moteurs de recherche, applications, publicité, etc.). Si l'essentiel est bien d'avoir un site de qualité adapté aux utilisateurs, les hôteliers doivent également privilégier un contenu local et utiliser les techniques du référencement pour optimiser leur présence sur les moteurs de recherche mobiles, mais aussi proposer des offres exclusives aux mobinautes.

Les publicités sur mobile sont également de plus en plus répandues. Selon l'institut TelMetrics, celles qui attirent le plus de clics sont des publicités locales (73 %), des offres promotionnelles ou coupons de réduction (72 %), des publicités d'une marque connue par le client (59 %), celles permettant de ne pas sortir de l'application ou du site (55 %) et celles affichant clairement un moyen de contact (15 %).

UNE STRATÉGIE MULTICANAL

Le flâneur sur mobile est celui qui profite d'un temps d'attente pour naviguer sur son smartphone. Lorsqu'il réserve, c'est seulement une fois installé devant son PC. Les professionnels doivent donc l'inciter à revenir sur leur site



© Thinkstock

Les clients via mobile sont des acheteurs de dernière minute.

pour qu'il effectue son achat. Des outils simples peuvent être mis en place pour suivre ces clients potentiels : intégrer sur l'application ou le site mobile de l'établissement une fonction 'enregistrer pour plus tard',

'envoyer à soi-même ou à un ami', 's'identifier' et surtout une option de partage social (widget Facebook ou Twitter). Tout ce qui permettra à l'hôtel d'obtenir des données sur ces flâneurs (e-mail, localisation, numéro mobile...) pourront servir à l'envoi d'offres personnalisées. La stratégie sur mobile n'est qu'une partie d'une stratégie multicanal. Le client recherche une cohérence sur tous les canaux de communication et de distribution qu'il utilisera (page Facebook, Twitter, application, sites web-mobile-tablette, call center...). De plus, la popularisation de la réalité augmentée augure de belles perspectives pour les stratégies mobiles des hôtels, à condition d'assurer la qualité du produit en amont.

VANESSA GUERRIER-BUISINE

Un impact réel sur la clientèle

Les Social Hotel Awards d'*Hotels Magazine* ont récompensé les chaînes ou hôtels qui se sont distingués en matière d'utilisation des médias sociaux. Échantillon représentatif des gagnants.

Les bons usages des médias sociaux dans l'hôtellerie-restauration

Les hôteliers développent de plus en plus de projets originaux et aboutis. Best Western International a lancé sur Facebook l'application 'Be a Travel Hero' (sois

un héros du voyage) après avoir observé les voyageurs d'affaires, frustrés de passer autant de temps éloignés de leurs familles et de leurs amis. Des voyageurs qui se déculpabilisaient en accumulant les points de fidélité pour de prochains voyages. L'opération 'Be a Travel Hero' permettait aux membres des Best Western Rewards (programme de fidélité du groupe) de gagner un séjour en famille. Les participants choisissaient leur destination, donnaient un nom à leur séjour et partageaient ce projet avec familles et amis, qui pouvaient interagir et proposer de nouvelles idées. L'opération a si bien fonctionné que le nombre de 'j'aime' nés de 'Be a Travel Hero' s'est élevé à 283 617 sur Facebook. La campagne a conduit à une hausse du chiffre d'affaires de 20 % par rapport à la même période l'année précédente.

deux plus populaires ont ensuite été ajoutés à la carte. L'hôtel offrait également un burger aux trois fans Facebook qui répondraient le mieux à la question : "Avec qui souhaiteriez-vous déguster vos burgers et pourquoi ?" Coût de l'opération : les burgers offerts. Plus de 520 personnes se sont déplacées au Café

causette pour tester l'assiette de mini-burgers, et l'effet viral du sujet sur le burger offert a été 370 % plus élevé que la moyenne de tous les sujets. Au Méridien Chiang Rai Resort (Thaïlande), le directeur général de l'hôtel répond personnellement à tous les commentaires sur son établissement (positifs ou négatifs) postés sur Tripadvisor, dans un délai maximal de 48 heures. L'hôtel est rapidement devenu n° 1 des 98 hôtels de Chiang Rai et a gagné le Tripadvisor's 2012



Les mini-burgers du Café causette, au Mandarin Oriental Hong-Kong.

Travelers' Choice Award dans la catégorie hôtels de luxe de Thaïlande. Cette pratique peut être aisément respectée, y compris sur les autres médias sociaux, et son impact, surtout en cas de commentaires négatifs, est réel. Les marques ou établissements utilisent souvent les médias sociaux en créant une interaction, ludique ou incitative, avec les clients potentiels, et jouent vraiment la carte du réseau, pour diffuser leurs messages au plus grand nombre.

V. G.-B.



Kooron, la solution d'encaissement pour les CHR

Caisse tactile + imprimante + logiciel + licence PAD**

À PARTIR DE **3490€ HT*** SEULEMENT!

04 27 02 13 54
info@koon.fr

* Offre comprenant la paramétrage initial et l'installation, valable jusqu'au 31/12/2012. Formation personnalisée possible avec montage du dossier de prise en charge.
** Utilisez votre propre téléphone (sous Android et sous réserve de compatibilité). Prix pour une licence logiciel, matériel non fourni.

Produits & Équipements

Cette société propose un concept unique en son genre. Stéphane Riss, directeur des opérations, explique le fonctionnement de l'agence.

ADN Réputation, des outils performants pour faire connaître les marques sur internet

L'Hôtellerie Restauration : Pourquoi un dispositif publicitaire dans les réseaux sociaux est-il nécessaire en plus du site officiel ?

Stéphane Riss : Depuis Google Panda et Pingouin [mises à jour de Google visant à perfectionner le référencement, NDLR], la politique de lien vers le site officiel est indispensable. Un blog permet de créer des liens qui serviront au référencement vers le site officiel. Les internautes vont plus facilement partager sur leurs comptes Facebook ou Twitter une info lue sur un blog que sur un site officiel.



des avis de consommateurs. Avec ADN Réputation, nous proposons de mieux faire comprendre de nouveaux moyens de communication, de créer du lien et de devenir les ambassadeurs des marques en remettant de l'ordre au sein du dispositif des réseaux sociaux.

Au-delà des blogs et réseaux sociaux, quelles autres actions pouvez-vous mener ?

Nous concevons régulièrement des jeux-concours pour les hôteliers. Par exemple, la direction de l'hôtel Shangri-La à Paris a fait appel à nos services pour lancer un jeu-concours photo sur Facebook dont le thème était la tour Eiffel photographiée en orangé et jaune. Les lauréats ont pu gagner des lots tels une nuit d'hôtel ou des repas aux restaurants de l'hôtel. Le but de cette opération était d'augmenter la communauté du Shangri-La en France et de faire connaître les différents services offerts par ce palace. Aujourd'hui, 80 % des e-mailings réalisés dans l'hôtellerie sont conçus à partir d'une base de clients et non de prospects. Le jeu-concours propose

une alternative ludique et très efficace en termes de visibilité et permet de récupérer des adresses e-mails qualifiées de prospects afin de réaliser des e-mailings qui ont de la valeur ajoutée.

Comment évaluer la réputation d'un établissement sur la Toile ?

Nous avons mis en place un outil d'e-réputation baptisé Radar qui permet d'obtenir un retour sur l'activité digitale de l'établissement, mais aussi de mesurer en continu l'efficacité des actions entreprises, calculer un retour sur investissement (ROI) et sur image (ROE) et prouver l'efficacité et la rentabilité d'une campagne sur les médias sociaux. Au-delà d'un simple logiciel, cet outil donne la possibilité de savoir ce qui se dit sur une marque sur les sites d'avis de consommateurs, les réseaux sociaux, les forums, les blogs et les médias en ligne. C'est l'argus du web, avec une efficacité redoutable en temps réel. À chaque commentaire, nos équipes de Community Managers réagissent instantanément en informant le client des remontées de conversation et en répondant conformément au discours de l'établissement.

www.adnreputation.com

Comment fonctionne l'animation de vos dispositifs sur les réseaux sociaux que vous créez ?

Issus du milieu de l'hôtellerie-restauration, nos Community Managers comprennent les enjeux et problématiques relatifs au secteur pour une cible précise : vin, spa, restauration... Nous connaissons les vecteurs nécessaires à la création d'une communauté qui viendra enrichir votre clientèle d'habitues. Souvent, les hôteliers-restaurateurs ont tendance à confondre Community Management et réponse à

Vus au Rapid & Resto Show

Une foule attentive et extrêmement intéressée s'est pressée devant les nombreux stands d'exposants du salon qui s'est tenu les 19 et 20 septembre au parc des expositions de la porte de Versailles de Paris. Quelques équipements ont été remarqués et méritent l'attention des anciens comme des nouveaux acteurs de la restauration rapide ou nomade.

PAR JEAN-GABRIEL DU JAIFLIN, JGDJ CONSEIL

Blogs des Experts 'Matériels et équipements en CHR : faire son choix' sur www.lhotellerie-restauration.fr



André Sala, gérant de la société Crêpes de France, inventeur de nombreux équipements et accessoires autour des crêpières, présentait le **Magicano**[®], sa dernière création brevetée. Il s'agit d'une couronne en silicone alimentaire souple qui se fixe autour de la carrosserie des crêpières. Elle permet

ainsi de récupérer tous les résidus de cuisson et de débordement de pâte. Pourquoi un tel équipement ? "Pour limiter les manipulations de la crêpière en fin de journée. Généralement, le matin l'exploitant les place sur un film en aluminium qu'il retire le soir. Si l'on considère le poids de deux crêpières, cela représente pas loin de 25 tonnes de manipulations inutiles." Voilà une piste pour limiter les troubles musculo-squelettiques ainsi que la fatigue inutile.

www.crepes.com

Pascal Morelle, du groupe LCI, a inauguré une toute nouvelle machine à café automatique utilisant des capsules **Lavazza Blue**. Cette machine de comptoir élégante et moderne peut s'adapter à tous les types de décors.

www.lci-france.fr



RGTE La famille Guillot pour **RGTE** propose de nombreuses vitrines de comptoir à poser. Soit des modèles réfrigérés aux vitrages plats (jusqu'à près de 1,80 m d'exposition) ou d'autres bombés simples ou à plusieurs niveaux. Mais surtout des vitrines chauffantes de 30 à 90 °C pouvant recevoir jusqu'à

6 bacs Gastronormes. Cette centrale d'achat propose également toute une gamme de comptoirs et de chambres froides à panneaux modulables sur mesure suivant les besoins de chacun. Sans oublier des bains-marie à eau ou des cuiseurs à pâtes à relevage automatique.

www.rgte.fr



Eliot Tischker, cogérant de la société **Pizza Mano**, propose à la location un concept assurant la rapidité de cuisson d'une pizza individuelle surgelée, avec un mini-four breveté de

400 x 380 x 200 mm d'une puissance de 2 800 W mono 220 V. Il parvient à cuire une portion de pizza crue en à peu près 90 secondes. Le concept comprend la fourniture de pizzas surgelées accompagnées d'ingénieux emballages en carton permettant de déguster sa pizza comme un sandwich.

www.seba-topmano.com

Encore plus rapide, la vente de crêpes réchauffées sur une **crêpière vitrocéramique** de 2 500 W qui monte en température en moins de 10 secondes. Cela sans personnel spécialisé, sans perte et avec très peu de nettoyage. Ce concepteur fournit des crêpes de 33 cm salées ou sucrées avec, pour les sucrées, un cône en carton pour la dégustation nomade. Ces crêpes peuvent naturellement être réchauffées sur des crêpières traditionnelles en fonte. La société propose également un mix pâte à crêpes en seau : un peu d'eau et la pâte est prête à l'emploi.

www.crepote.com



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 :
pcarbillat@lhotellerie-restauration.fr

VIDÉO

Cécile Charpentier
E-mail :
ccharpentier@lhotellerie-restauration.fr

SECRETARIAT DE RÉDACTION

Roselyne Douillet 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

Parrainé par Laurent Petit

Annecy Le salon professionnel affiche des résultats satisfaisants. Débats, démonstrations culinaires et challenges inter-écoles ont animé ces deux jours riches en échanges.

Pro'Lac : une première édition réussie

Ce salon décalé et éco-responsable pour l'hôtellerie-restauration en pays de Savoie est une première réussie, explique le chef **Laurent Petit**, 2 étoiles Michelin au Clos des sens, parrain de la première édition de Pro'Lac. Le salon s'est tenu du 6 au 8 octobre à l'Arcadium d'Annecy (74). "Les chiffres ne sont pas arrêtés, mais nous sommes satisfaits par cette première édition", ajoute **Olivier Ploton**, de l'agence Le Feu au Lac, organisateur de l'événement. "Les exposants se répartissaient pour 50 % en alimentaire, équipement et cuisine, 30 % en gestion connectique, services informatiques, 15 % en hygiène, entretien et pour 5 % dans l'univers de l'aménagement. En majorité, ils souhaitent rééditer l'expérience."

Coté animation, Laurent Petit a retenu une thématique autour du snacking. De nombreux chefs étoilés régionaux se sont mis au piano, parmi lesquels **Pierre Marin** (Auberge Lamartine), **Alain Perrillat-Mercerot** (Atmosphère), **Georges Paccard** (La Ciboulette), **Vincent Lugin** (Le Belvédère) et **Stéphane Dattrino** (L'Esquisse, Bib Gourmand).

Par ailleurs, **Claude Daumas**, président de la Fagih, et **Pascal Droux**, président du Syndicat des CHR d'Annecy, ont organisé un grand débat sur autour de la nouvelle



De gauche à droite : **Laurent Petit**, **Valérie Gonzo-Massol** (adjointe au maire d'Annecy), **Annabelle André** (conseillère régionale), **Serge Lesimple** (vice-président de C2A), **Lionel Tardy** (député), **Pascal Droux** (président du Syndicat CHR d'Annecy), **Guy Métral** (président de la CCI), **Pierre Hérisson** (sénateur), **Thierry Deturche** (président de Laad), **Claude Daumas** (président de la Fagih) et **François Scavini** (adjoint au maire d'Annecy).

classification des hôtels et des critères d'attribution des étoiles. Enfin, un concours culinaire a conclu cette édition, avec trois lycées représentés : l'école hôtelière Savoie-Léman de Thonon-les-Bains, le lycée hôtelier François Bise de Bonneville et le CFA de Groisy. Les gagnants du challenge inter-écoles Pro'Lac sont **Tatiana Franco** et **Alexis Lagersie**, du lycée François Bise.

"Sur le long terme, Pro'Lac a pour objectif de devenir l'événement incontournable bi-annuel des CHR de la région", conclut Olivier Ploton. Rendez-vous donc dans deux ans.

FLEUR TARI

En bref

L'Apiih demande une taxation des boissons plus importante dans les supermarchés

Philippe Quintana, président de l'Association des professionnels indépendants de l'industrie hôtelière (Apiih), réagit à l'augmentation des droits d'accises sur la bière envisagée par le Gouvernement : "On ne peut se réjouir d'une hausse du prix d'achat de la bière. À l'heure où le pouvoir d'achat des Français s'amenuise, toute hausse est préjudiciable au secteur. Cependant, l'Apiih souhaite que la taxation des boissons, alcoolisées ou non, soit plus importante dans les supermarchés et les points de vente en libre-service que dans les débits de boissons. Nous voulons que les alcools soient vendus plus cher dans les supermarchés. En effet, les professionnels des débits de boissons sont formés et détenteurs d'une licence. Ils sont donc mieux à même d'encadrer la consommation d'alcool et d'en éviter les excès. La consommation au comptoir demande du service et devient donc génératrice d'emploi, à l'inverse de l'achat en libre-service. Le service, en salle comme au comptoir, demande également un savoir-faire qui doit être valorisé. Rendre les boissons financièrement plus intéressantes à consommer chez les professionnels titulaires d'une licence que dans un supermarché, c'est agir en faveur de la santé publique, de la tranquillité publique, c'est redynamiser un secteur en grande difficulté et retisser le lien social qui existe dans nos bistrotts."

Blogs des Experts

Food cost : comment le calculer dans un hôtel-restaurant ?



Comment calculer le food cost dans un restaurant d'hôtel ? Merci

MARIE

Bernard Boutboul - auteur :

Je vous recommande de calculer votre coût matières par moment de consommation et par type de restauration. Autrement dit le CM du petit déjeuner doit être isolé pour le rapprocher de la rentabilité de la chambre. Ensuite, il faut isoler le coût matières de votre clientèle particulière : midi, semaine, extérieure et soir votre clientèle hébergée. Enfin, isoler le coût matières restant c'est-à-dire : séminaires, groupes, banqueting. Si vous ne faites pas cela, d'une part vous aurez un coût matières global donc biaisé, et d'autre part vous ne saurez pas où réaliser des économies (levier sur les achats) et où vous pouvez agir sur le niveau des prix de vente (à la hausse comme à la baisse).

↳ Lire la suite de la discussion et réagir avec le mot-clé **RTK8309** sur le moteur de recherche de www.lhotellerie-restauration.fr
Blog des Experts 'Idées simples pour doper les recettes de votre restaurant' par Bernard Boutboul

L'Hôtellerie Restauration

1 'Sans engagement' 4,33 €/mois 3 mois 13 € 6 mois 26 € 1 an 52 €
(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 E-mail pour recevoir la newsletter quotidienne :
(vos coordonnées ne sont utilisées que par L'Hôtellerie Restauration)

JOURNAL
HEBDOMADAIRE

NEWSLETTER
QUOTIDIENNE

WWW.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR
quand vous recherchez quelque chose
+ des experts qui répondent à vos questions

M.LHOTELLERIE-RESTAURATION.FR
depuis votre mobile

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