

Hôtel Restau hebdo

L'ÉCONOMIE ET LE MARKETING DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

3,05 euros - CPPAP : N° 1007 T 80 033

EDITO

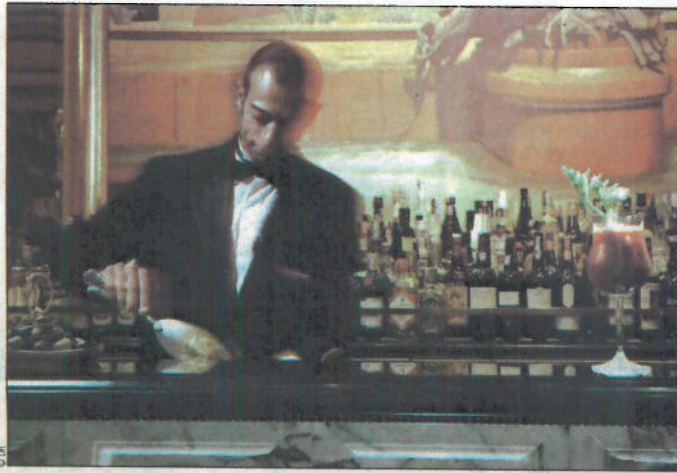
Pourquoi pénaliser les plus dynamiques ?

Ne jamais relâcher son attention, c'est une règle d'or quand le budget de l'Etat se dessine dans les cabinets ministériels. Et le président du Synhorcat a été prompt à réagir quand un sérieux coup de canif est en train d'être donné au Contrat de croissance signé par toute la profession. Pourquoi vouloir limiter le bénéfice des aides à l'emploi aux entreprises de moins de 30 salariés, comme le propose la ministre des Finances ? On fait un mauvais calcul quand (pour des raisons électoralistes ?) on cible les aides sur la majorité des petites entreprises, quitte à sacrifier au passage les plus performantes, celles qui constituent le fer de lance d'une industrie qui s'est largement renouvelée. Depuis une bonne dizaine d'années, tant l'hôtellerie que la restauration ont profité de l'émergence d'entreprises qui croient à la synergie des réseaux et à la taille critique pour rationaliser la gestion et offrir de vraies perspectives de carrière à leurs salariés. Au-delà même des groupes hôteliers internationaux, ce sont ces entreprises moyennes qui mobilisent et entraînent notre industrie. Et ce sont elles que l'on prive brutalement d'un dispositif d'aides qui les a incité à se renforcer et à se moderniser. Il faut en finir avec le saupoudrage hérité de la défense des petits agriculteurs. Les représentants de la nouvelle génération d'entrepreneurs hôteliers doivent monter au créneau et ne plus laisser le terrain de la représentation syndicale aux patriarques d'un temps révolu.

Georges Panayotis
Directeur de la rédaction

CAHIER SPÉCIAL

Bars d'hôtels shakers de tendances



Qu'ils soient à l'écart de l'agitation ou au cœur même de son animation, les bars d'hôtels restent des lieux à part. Ils participent à l'ambiance des hôtels, tout en offrant des espaces de convivialité. Ils ont leurs aficionados, leurs habitués et, pour certains, une aura internationale. Une nouvelle génération de chefs barmen expérimente de nouvelles recettes, de nouveaux goûts, d'autres façons de consommer et cela plaît. De quoi dépoussiérer l'image quelque peu alangui des bars d'hôtels redevenus des lieux branchés, vivants et créatifs.

(Cahier central de p. 7 à 10)

Bilan Mondiresa à mi-parcours, l'essai est déjà transformé

Côté chiffres, la Coupe du monde de rugby tient ses promesses. Pour les 500 hôtels sélectionnés, Mondiresa a généré plus de 200 000 nuitées et plus de 100 000 repas. Un chiffre qui peut être triplé avec les retombées hors circuit officiel. Côté organisation, aucun couac grâce à une très grande implication des hôteliers. Une vraie émotion est passée, qui aura des effets bénéfiques à plus long terme. (Lire p.4)



Alexis Delb, Locatel : la télévision fait sa révolution

Le patron de Locatel explique comment la télévision dans l'hôtellerie est passée d'un simple objet de distraction à un véritable outil de communication interactive, dont la technologie a radicalement évolué en quelques années. Films, musique, informations, Internet, le flux d'information se fait de plus en plus personnalisé, outil de fidélisation d'une clientèle qui cherche à retrouver un univers familier à l'hôtel. (Lire p.6)

CETTE SEMAINE

Prime Sarkozy, émotion de la profession devant les limitations

(Lire p.2)

Le Pré Catelan, transformé sous la baguette de P-Y Rochon

(Lire p.3)

MANAGEMENT

Débit de boissons, transfert rétabli vers les hôtels de tourisme

(Lire p.12)

Interdiction de fumer, le couperet du 1^{er} janvier approche

(Lire p.12)

FORMATION

L'Académie nationale de cuisine distingue ses lauréats

(Lire p.14)

Formation permanente chez Grégoire-Ferrandi, demandez le programme 2008

(Lire p.14)

Hospitality Awards

Ne ratez pas le grand rendez-vous annuel de la profession Hilton Arc de Triomphe Paris le 22 novembre 2007

Inscriptions sur
www.hospitalityawards.com

Restauration haut de gamme

Le Pré Catelan nouveau est arrivé

L'attribution de la 3^e étoile Michelin à Frédéric Anton a incité le président de Lenôtre, Patrick Scicard, à redonner un coup de neuf au Pré Catelan pour fournir un nouveau cadre à la clientèle en quête d'une expérience gastronomique exceptionnelle. Le cahier des charges fourni à Pierre-Yves Rochon était simple et exigeant : utiliser le bâtiment existant, s'inscrire dans l'atmosphère "champêtre" du bois de Boulogne, tout en apportant un concept modernisé. Sa réponse est fournie avec la réouverture du restaurant depuis le début du mois : "Vert, noir, blanc et argent sont les couleurs dominantes : le vert pour le clin d'œil à la verdure



© D.R. - Patrick Scicard, Frédéric Anton et Pierre-Yves Rochon



extérieure, le noir, le blanc, l'argent en alternance pour souligner les espaces, mettre en valeur les détails, pilastres, appliques, cartouches, bas-reliefs. L'entrée de chaque salon a été pensée tout en noir pour créer une atmosphère de sérénité, qui accentue la splendeur des 4 espaces principaux, le bar, le Salon Orsay, le Salon d'Hiver et la Rotonde. Le mobilier s'harmonise ou s'oppose à l'architecture du bâtiment, classique et moderne se mettant respectivement en valeur. Les fauteuils, consoles et tables de finition chromés, inox ou miroir, participent avec les décors blancs et beiges à faire entrer la lumière dans le lieu, accentuant ainsi cette impression de pureté et de légèreté", explique en détail le décorateur. Filiale du groupe Accor, qui fête cette année son 40^e anniversaire, Lenôtre va célébrer quant à lui son 50^e anniversaire, avec pour stratégie de s'imposer dans le monde comme un acteur incontournable de la gastronomie de luxe. ■

Commercialisation

Services Loisirs Accueil, le canal oublié des hôteliers

Émanations des Comités départementaux de tourisme, les Services Loisirs Accueil constituent un réseau de commercialisation des prestations touristiques locales assez largement négligé par les hôteliers traditionnels. Les statistiques issues de l'enquête menée tous les deux ans par la Fédération nationale sont révélatrices : l'ensemble des 56 SLA répartis à travers la France ont réalisé en 2006 un volume d'affaires de 82 millions d'euros, en légère progression de 2,5 %, malgré un nombre d'acteurs plus restreint qu'en 2004. Un quart des SLA réalise un volume d'affaires supérieur à 2 millions d'euros. Les trois quarts des ventes sont réalisés par de l'hébergement sec, qui reste la principale demande des clients individuels, et un cinquième par des produits Groupes, mêlant hébergement, restauration et excursions.

Mais la vente des hébergements est aujourd'hui très fortement concentrée (90 %) sur le locatif saisonnier, contre à peine 4 % pour des séjours hôteliers classiques. "Les hôteliers préfèrent avoir recours à d'autres canaux de distribution, notamment sur Internet avec des centrales de réservation spéciali-

sées. Ils oublient d'y ajouter une entrée par la destination, qui est aussi un critère important de choix des touristes", explique Véronique Brizon, directrice de la Fédération des SLA. C'est d'autant plus dommage que la cotisation au serveur SLA est minime (quelques dizaines d'euros selon les départements, parfois gratuite) et que la rémunération sur chaque vente est variable selon le degré de sophistication du système. "La technologie disponible permet aujourd'hui à chaque hôtelier de piloter directement ses disponibilités et les tarifs proposés. C'est à la fois plus simple et plus réactif".

Le volume de vente des prestations groupées est en augmentation et les SLA recherchent des hôteliers avec des capacités suffisantes pour accueillir un autocar en circuit. Les Services Loisirs Accueil ont connecté leur serveur www.loisirs-accueil.fr à celui de Maison de la France s'ouvrant ainsi sur la clientèle internationale ; et dispose de deux plateformes spécifiques : www.destination-france.net qui renvoie sur les SLA individuels et www.reservation-groupes.fr.

Hôtellerie de loisirs

Nouvelles Frontières lance ses clubs Koudou

À l'occasion des 40 ans du voyageur, que l'entreprise vient de célébrer au Maroc, le président du directoire de Nouvelles Frontières a annoncé le lancement d'une seconde marque d'hôtels-clubs aux côtés de ses Paladien : baptisée Koudou, cette nouvelle enseigne a vocation à être plus économique, "en 3 étoiles alors que nos Paladien sont des 4 étoiles", indique Jean-Marc Siano. Elle devrait compter 14 hôtels la première année. Les deux marques vont grandir cet hiver de 4 Paladien (Réunion, Martinique, Égypte et Canaries, portant le parc à 30 hôtels) et de 6 premiers Koudou (3 en Égypte et les autres à Cuba, aux Canaries et en Tunisie).

À Marrakech, NF a signé avec le groupe Alliances, constructeur, et le gérant de fonds Actif Invest la construction d'un complexe hôtelier de 800 chambres (3.000 lits), sur un terrain de 22 hectares au bord d'un golf 18 trous. À 8 km au sud de Marrakech, le projet Al Baraka comprendra un Paladien et un hôtel TUI, 4* de 250 chambres chacun, et un troisième hôtel dont l'enseigne (un second Paladien ou une autre marque hôtelière du groupe TUI - 279 hôtels au total - auquel appartient NF) n'est pas encore arrêtée. Les partenaires annoncent un investissement de 600 millions de dirhams (53 millions d'euros) et une ouverture fin 2009.

Th Noiset

du 4 octobre
au 14 novembre 2007

Professionnels,
attention,
ils arrivent...