

## Edito :

Novembre fut riche : Maxwell en campagne hors média, du GPS sur les bières Heineken, la vodka Sobieski chez Marie-Brizard, Illy ouvre son Espresso à Paris et Segafredo son training center, Zizi coin coin se boit, des épinards dans les cigarettes... toujours plus d'innovations pour l'univers des Cafés-Hôtels-Restaurants-Discothèques ; Equip'hôtel en fut une belle vitrine. Par ailleurs, Novembre sonne l'heure des bilans : l'UMIH a tiré le sien à Marseille, accompagné d'annonces importantes pour le secteur faites par le ministre Renaud Dutreuil.

## Boissons - Novembre 2006 ..... 2

Repas : Mieux que le vin, la bière .....	2
Boissons auto-chauffantes .....	2
L'alcool, monopole d'Etat en Russie ? .....	2
Maxwell en campagne .....	2
L'Inde s'intéresse aux cépages français ...	2
GPS pour bière .....	2
Sobieski Estate .....	2
L'Espresso selon Illy.....	2
Vins pour bovins.....	2
Zizi coin coin .....	2
Meilleur vin de l'année.....	2
Segafredo lance son training center.....	2
Très vieux Whisky .....	3
Energy drink ou nouvelle drogue ?.....	3
Boisson apaisante .....	3
SabMiller et Inbev en bonne forme .....	3
Maxxium sans Cointreau.....	3
Binge drinking .....	3
Boisson, la nouvelle vague.....	3

## Tabac - Novembre 2006 ..... 3

Le décret est arrivé.....	3
Un filtre vert .....	3

## Snacking - Novembre 2006 ..... 3

McDo lutte contre l'obésité .....	3
Yog' Ice.....	3
Tuning de bonbons.....	4
Des tartines tendances.....	4

## Concepts - Novembre 2006 ..... 4

Le juke-box du futur.....	4
Nouveau serveur .....	4

## FOCUS : Congrès de l'UMIH, le bilan .... 4

## FOCUS : Les nouvelles mesures annoncées par R. Dutreuil..... 4



## Salon Equip' Hotel 2006

### Le plein de nouveautés



Le salon Equip'Hotel 2006, qui s'est déroulé du 5 au 9 novembre Porte de Versailles a été l'occasion pour les **102 473 visiteurs professionnels** d'apercevoir ce que nous réserve le secteur de l'hôtellerie pour les années à venir.

Pour la première fois, la présence du Salon International des Boissons (SIB) au sein des murs d'Equip'Hotel a permis à une centaine d'exposants, regroupant la plupart des leaders européens, de présenter leurs nouveautés. Regroupés au sein du hall 4 dédié au bar et à la cafétéria, Inbev, Orangina, Bacardi-Martini, Eckers Granini, C10, Meteor et un grand nombre d'autres étaient présents, allant des torréfacteurs aux distributeurs de matériel d'équipement.



Très remarqué cette année, le Studio Equip'Hotel a attiré les foules, en révélant les tendances de «l'hôtellerie de demain», cet hôtel restaurant grande nature (500m<sup>2</sup>), regroupe les créations de 4 cabinets d'architectes sélectionnés par un jury de professionnels. On note une très forte émergence des Spa dans l'hôtellerie, et en règle générale des espaces bien-être. Une étude menée à l'occasion du salon a estimé à **60% le nombre de professionnels ayant pour projet l'aménagement ou la rénovation d'un espace salle de bain / Spa** d'ici à fin 2007 (échantillon de 431 hôteliers). Le stand d'expérimentation culinaire a également attiré l'attention, avec le « snacking des chefs » : 20 chefs de renom, allant de Jacques Pourcel à Cyril Lignac présentaient ainsi leurs menus de « pause-déjeuner » à moins de 15 euros. Cet espace de création a regroupé l'ensemble de la nouvelle génération des Grandes Toques françaises. Net succès également pour le premier défilé de mode de vêtements professionnels, organisé sur l'espace conférence, qui a connu une affluence record.

Au rayon des récompenses, prix « Innovation Technologique » décerné à la machine à café « Cimballi M2 Program chocolatière », qui en plus de permettre la production de café stratifié (ou de chocolat), permet de personnaliser la température du lait pour chaque touche de sélection. Pour le secteur des boissons, prix « Nouveau Produit » décerné à Belle de Sucre pour le « sachet 3 grains en sucre blond », des sucres en forme de grain de café, pour les établissements voulant donner une note plus recherchée au traditionnel petit noir. Et pour finir cette liste non exhaustive, prix « Innovation & nouveauté » décerné au « Guinness Surger », le plus petit fût pression au monde qui sert de véritables Guinness, là où une machine pression ne peut être installée, et qui est en plus une véritable oeuvre de design contemporain.



**EQUIP'HOTEL**  
CAFÉS/RESTAURANTS/COLLECTIVITÉS  
5-9 NOVEMBRE 2006  
PARIS-EXPO PORTE DE VERSAILLES

## Boissons - Novembre 2006

**Repas : mieux que le vin, la bière**

Selon un sondage effectué par Heineken, **deux tiers des amateurs de bières se disent prêts à abandonner le vin pour le remplacer par de la bière pendant le repas**. La bière fait ainsi en ce moment un retour remarqué sur les tables des grands restaurateurs. Le géant brassicole s'est même associé au sommelier français Olivier Poussier, afin d'élaborer quatre nouvelles bières de dégustation spécialement conçu pour la table. Sur la contre-étiquette, des propositions d'harmonie bières / mets seront à l'honneur, signé par le Meilleur Sommelier du Monde, année 2000.

**Boissons auto-chauffantes**

Caldo Caldo hot in 40" et une nouvelle invention italienne. Il s'agit d'un Espresso prêt à l'emploi présenté dans un Gobelet plastique contenant 40 ml de café sucré

**bénéficiant de son propre système de chauffe** par réaction chimique, intégré sous le gobelet. Il en est de même pour le chocolat, chacun se réchauffant en 40 secondes.

**L'alcool, monopole d'Etat en Russie ?**

Russie : Le vice président de la Douma s'est prononcé en faveur d'un **retour du monopole public** sur la production et les ventes de spiritueux, afin de mettre un terme aux intoxications à l'alcool frelaté qui ravage le pays (5100 intoxications, et 300 morts, selon les autorités qui sur-médiatisent le phénomène depuis le début du mois). Il a également recommandé la réouverture des «buvettes», qui permettaient, sous le régime soviétique, de prendre un verre ou de déjeuner pour une somme modique. Selon lui, la Russie, avec ses 140 distilleries serait suffisamment à-même de couvrir ses propres besoins et **n'aurait pas besoin des importations étrangères**. Le journal d'affaire Vedomosti a quant à lui souligné que « le nombre de personnes empoisonnées à l'alcool était tout à fait dans les normes annuelles ».

**Maxwell en campagne**

Pour le lancement de sa nouvelle recette de cappuccinos, **Maxwell House a lancé une grande campagne de dégustation** en 3 temps. Des bus « de dégustations » à 2 étages ont été mis en place dans une douzaine de villes. La marque s'est également invitée dans 375 boulangeries, pour les transformer en lieu d'échantillonnage pendant 3 jours. Pour finir, la marque utilisera les salons de coiffure Saint Algue, Intermède, et Saint Karl, pendant 4 semaines comme lieux de présentation de son nouveau breuvage.

**L'Inde s'intéresse aux cépages français**

Un **marché vierge de plus d'un milliard de consommateurs**. Voilà un rêve qui est en passe de devenir réalité. En effet le marché indien vient de libéraliser la vente d'alcool depuis peu, s'ouvrant ainsi aux vins, champagnes et spiritueux français. La création de « wine centers » (grandes surfaces consacrées entièrement aux vins) est en cours, en même temps que plusieurs appels d'offre. De quoi assurer la présence des vins français dans les Duty-free indiens.

**GPS pour bière**

Heineken est actuellement en train de tester un **système de suivi de ses livraisons de bières par GPS**. Vingt containers de la marque ont ainsi été équipés de transmetteurs GPRS fournis par IBM qui permettent de donner, en plus de la position exacte du camion, certaines informations intéressantes tel que la température du produit ou si le chargement a déjà été ouvert. Cela afin de permettre au groupe une gestion plus précise, tout en supprimant les coûts liés à la trentaine de pages nécessaires à chaque transport.

**Sobieski Estate**

Le groupe Marie Brizard présente sa nouvelle **vodka positionnée très haut de gamme** : la Sobieski Estate. Sobieski est la marque de vodka numéro un en Pologne (32% pdm), avec ses normes d'élaboration très pointilleuses. Uniquement produite avec du seigle de la région de Dankowski, et de l'eau de source, elle est distillée 4 fois avant d'atteindre son goût authentique. La bouteille à elle seule permet d'identifier le positionnement «grand luxe» de la Estate, créée comme une bouteille de parfum, son bouchon révèle un poids impressionnant.

**L'Espressamente selon Illy**

L'Espressamente est un **nouveau concept de bar** dans lequel Illy a voulu créer des espaces modernes, dédiés à la dégustations d'espresso, la spécialité de la marque. Mais également accompagné d'une sélection de produits de gastronomie rapide italienne. Ces franchises ont pour originalité de laisser la possibilité aux affiliés de compléter les offres Illycafé par leurs propres produits. Les espaces modulables de réceptions de la clientèle ont été créés par de grands architectes italiens tels Luca Trazzi ou Claudio Silvestrin, qui ont eu à cœur de retranscrire un environnement qui révèle et exalte les qualités du café.

**Vins pour bovins**

Une société d'élevage australienne a décidé, sur les conseils d'un chef japonais, **d'accompagner la nourriture de ses bovins d'une rasade de vin rouge, afin d'améliorer la qualité de la viande**. Il faut dire que les producteurs japonais de boeuf Wagyu s'occupent bien de leurs bestiaux, leur offrant massages, musiques et bières. D'après les premières constatations, le vin semble augmenter l'appétit et détendre les bestiaux. Les propriétés antioxydantes du vin semble agir sur la couleur de la viande également.

**Zizi Coin Coin**

A base de Cointreau (comme son nom l'indique) et de citrons pressés à la main pour obtenir le meilleur du jus, le Zizi Coin Coin est une boisson apéritive haut de gamme. Commercialisée en

Belgique par DBB dans un premier temps, la boisson a connu un franc succès. Elle s'attaque aujourd'hui aux pays voisins. Titrant 12,5° en France, elle est distribuée par Pages Vedrenne. Elle se consomme avec de la glace et requiert d'être agité afin de mélanger la pulpe de citron.

**Meilleur vin de l'année**

La revue américaine Wine Spectator vient d'attribuer le titre de « vin de l'année » à un **Brunello di Montalcino**, vin toscan de 2001. Cette nouvelle ne devrait pas réjouir la profession française, qui classe tout de même 3 bouteilles sur les 6 premières marches du podium : en 3eme place : un Saint-Julien 2003 du Château Léoville-Barton, en 4eme place : un Chateaneuf-du-Pape, domaine du Pégau, et en 5eme position un Sauternes 2003, Château Lafaurie-Peyraguey.

**Segafredo lance son training center**

Fin novembre **Segafredo a lancé son centre de formation** en France, afin d'accueillir et de former ses établissements clients à la carte Segafredo (plus de 15 références). Les classes de 6 ou 7 personnes seront encadrées par des professionnels de la marque qui, en plus de leur fournir informations et techniques, leur remettront également des PLV. **Ces formations ont pour but d'augmenter l'implication des partenaires**, en leur faisant découvrir la marque de façon très pointue, les « élèves » bénéficieront même d'une visite des usines Segafredo, en plus de cours pratiques et théoriques qui se dérouleront sur une journée. Les consommateurs devraient ainsi bénéficier d'un plus grand choix de produits, ainsi que d'une meilleure qualité de service.

### Très vieux whisky

L'une des plus vieilles bouteilles de whisky au monde, peut-être la plus ancienne, a été vendue aux enchères le 29 novembre pour **21 990 euros**. Sur la bouteille figure la mention "Glevanon \*\*\* Liqueur de whisky spéciale mise en bouteille par les distillateurs". Détenu par une famille irlandaise depuis des générations, elle aurait été produite dans les années 1850, avant la fermeture de la distillerie en 1858. Le liquide enfermé, de couleur or pale, remplit entièrement la bouteille, ce qui est très rare pour un alcool si ancien.

### Energy drink ou nouvelle drogue ?

Au moment où un energy drink s'appelant « cocaïne » fait fureur aux Etats Unis, l'énorme succès des boissons énergisantes chez les jeunes américains (plus de 500 nouvelles recettes ont été lancées dans le monde cette année), suscite l'inquiétude. Un grand nombre de nutritionnistes se sont dit préoccupés par les possibles effets indésirables des substances utilisées, notamment la taurine, dont on ne connaît pas encore les effets à haute dose sur l'organisme. Plus inquiétant encore, **le mélange de vodka et de boissons énergisantes aurait pour effet, selon une étude brésilienne, de réduire la sensation d'ivresse ressentie**. Les sujets de l'étude ne se sentaient pas aussi saouls qu'ils l'étaient en réalité.

### Boisson apaisante



Natfood, lance l'«**Aloe Vera Green Tea**», une **boisson aux propriétés calmantes**, qui

prend à contre pied la tendance « energy drink ». Le succès de la boisson en Italie et dans les salons professionnels a poussé la société Natfood à commercialiser le produit en France. L'aloë vera, plante de l'immortalité dans l'Egypte ancienne est très connue en cosmétique pour ses propriétés réparatrice de l'épiderme, mais beaucoup moins pour ses vertus apaisantes et anti-stress. Son association au thé vert en fait une boisson nutritive et relaxante.

### SabMiller et Inbev en bonne forme

Malgré le ralentissement de la croissance sur le marché européen, les deux grands groupes bénéficient d'une croissance importante grâce au dynamisme des nouveaux marchés. Inbev tire son épingle du jeu grâce à **l'Europe centrale et de l'Est (+14,8%), et à l'Amérique latine (+4.8%)**. Les deux géants subissent toutefois un recul des ventes en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, notamment à cause de la guerre des prix entre brasseurs et de l'augmentation du prix des matières premières.

### Maxxium sans Cointreau

Le groupe Rémy-Cointreau, mécontent de ses performances en Asie, a décidé de rompre la joint-venture le liant à Maxxium, son distributeur sur cette zone, en mars 2009. Les quatre partenaires que sont l'américain Beam Global Spirits & Wine, l'écossais The Edrington Group et le suédois Vin & Sprit Group, détiennent chacun une participation de 25%. Les conditions financières de cette séparation seront annoncées le 12 décembre. Rémy Cointreau devra donc prendre en charge lui-même la distribution de ses vins et spiritueux, ce qui lui permettra de prendre d'autres orientations stratégiques en matière de distribution. La marque devra toutefois payer des pénalités aux autres actionnaires. Ces dernières sont estimées entre 200 et 300 millions d'euros, selon le Financial Times. En attendant, l'action du groupe français a augmenté de +4,6% après cette annonce.

### Binge drinking

Les spécialistes de la lutte contre l'alcool mettent en garde les pouvoirs publics français concernant la pratique dite du «binge drinking», qui **touche fortement les jeunes outre-atlantique**. La pratique consiste à avaler une « quantité excessive et intensive d'alcool, avec l'intention de se saouler ». Le Dr Philippe Batel, médecin alcoologue et chercheur parle de « consommation frénétique », et **dénonce le « caractère "organisé" de cette consommation »** ainsi que la « recherche de visibilité » qu'elle génère, puisque les jeunes s'enivrent dans la rue. Celui-ci plaide pour une campagne d'information auprès des adolescents. Il faut cependant relativiser l'importance du phénomène, qui en France ne représente «que» 3% des adolescents, contre 26% au Danemark ou 23% au Royaume Uni.

### Boisson, la nouvelle vague



CognacDrink est une nouvelle entreprise qui propose sept nouvelles boissons encore méconnues en France, dont quatre créations propres. Qu'il s'agisse du cognac de New York, le **NYAK**, de la liqueur **Alizé** (vodka et cognac), ou du **NLUV** (à prononcer « in love », un savant mélange de rhum, tequila et vodka accompagné d'agrumes et relevé de notes de piment et de ginseng), ces produits génèrent une grande attraction dans le monde de la nuit. De plus, ils sont facilement identifiables et révèlent beaucoup de caractère, notamment auprès des jeunes avec leur design épuré et techno. Là où les autres alcools restent immobiles et fidèles à leurs identités, ces nouveaux venus proposent des produits à l'image résolument plus moderne.

## Tabac - Novembre 2006

### Le décret est arrivé

Le décret d'interdiction de fumer dans les lieux publics à dater du 1er février prochain a été publié au Journal Officiel. Le ministre de la santé Xavier Bertrand en a profité pour préciser **que trois campagnes publicitaires contre le tabagisme passif** étaient programmées, une en même temps que la sortie du décret, une autre pour l'application du décret au 1er février 2007 dans les lieux publics, et une dernière pour la fin de l'année 2007, qui accompagnera l'interdiction du tabac dans les lieux de loisirs (bars, restaurants, discothèques, etc.). La campagne a été réalisée par l'agence DraftFCB avec un spot de 45" qui prend place dans les années 70, et tente d'illustrer le contraste saisissant entre les habitudes de vies de ces années là et aujourd'hui. Dans un second temps, **un baromètre devrait être mis en place** dès le mois de mars, cet outil mensuel doit montrer les effets bénéfiques de l'interdiction sur la population.

### Un filtre vert

Les cigarettiers canadiens ne sont pas à court d'idées afin de renouveler leurs produits. Ils viennent de lancer **un filtre «bio» à base d'épinards** pour leurs cigarettes. L'étude du produit montre que le «bio-filtre» aurait pour vertu de diminuer les effets néfastes en utilisant les capacités filtrantes des végétaux. Selon l'Unité de recherche sur le tabagisme de l'Université Laval, « enlever 100 produits toxiques sur les 4 500 que contient en moyenne une cigarette ne changera pas le niveau de toxicité du produit ».

## Snacking - Novembre 2006

### McDo lutte contre l'obésité

La Commission européenne a félicité en grande pompe et contre toute attente plusieurs multinationales comme McDonald's, Coca-Cola et Pepsi-Cola pour leurs efforts contre l'obésité. Le commissaire européen à la santé voulait ainsi montrer que les entreprises qui «font partie du problème peuvent prendre des mesures pour le régler». En ce sens, ce sont **les informations nutritionnelles visibles sur les emballages qui ont été saluées**, ainsi que l'engagement de 9 fabricants de boissons non-alcoolisées de ne pas cibler les moins de 12 ans dans leurs publicités.

### Yog' Ice

Prendre 50% de yaourt glacé, y ajouter 50% de fruits congelés et on obtient le Yog'Ice, dessert glacé dernier cri. Celui-ci est préparé devant le consommateur et selon ses goûts grâce au Yogourt-Matic.

## Tuning de bonbons

M&M's lance **le premier bonbon**

**«customisable»**. La marque a ainsi mis en place un site internet qui permet au consommateur d'inscrire un message de 16 caractères maximum sur sa célèbre friandise ! Le service ouvrira ses portes dès janvier 2007, et s'adressera autant au consommateur soucieux d'avoir des sucreries à leurs image, qu'aux établissements désirant communiquer de façon originale.

url : <http://mymms.fr/home.html>

## Des tartines très tendances

Qu'elles soient sur du pain de campagne, sur de la pâte feuilletée, sur du pain rustique ou du pain au levain, les tartines permettent un repas complet, rapide et sont souvent **plébiscitées pour les pauses snacking**. Aussi bien salées que sucrées, elles s'accommodent de dizaines de recettes différentes, satisfaisant ainsi aussi bien les végétariens que les carnivores ! Parmi les recettes les plus originales on peut citer celle du boulanger Michel Moisan, telle que la «saumon épinards», ou l'«oeufs brouillés à l'Espagnole» ou encore la «forestière au magret de canard».

## Concepts - Novembre 2006

### Le juke-box du futur



Accroché au mur comme un écran ou bien en vue sur un comptoir, cette borne musicale permet

**d'offrir la musique en libre service aux usagers**. Fini les pièces dans le juke-box, A.M.I. (pour Automate Musical Interactif) propose un module de 1000 titres, réactualisés tous les deux mois, et adaptés à la clientèle de l'établissement. La société Musique et Enseigne permet ainsi d'éviter les contraintes liées à l'utilisation de CD et permet de concevoir l'ambiance musicale comme élément essentiel du confort.

### Nouveau serveur



SAM pour Serveur d'Assiettes Multiple, est un nouveau produit de service qui **permet le transport de six assiettes de service** sans risque de les renverser. Ce produit permet également un important gain de place en cuisine avant l'envoi des commandes grâce à l'empilement des assiettes. Avec un faible poids, ainsi que la possibilité de garder une main libre, ce système facilite le service même pour les personnes les moins expérimentées. Enfin il sera possible de servir une table entière en un seul voyage !

## Focus - Congrès de L'UMIH, le bilan moral

Le Président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie, André Daguin, a dressé un bilan de l'année écoulée, revenant notamment sur les avancées obtenues par le secteur. Tout d'abord, la **signature du contrat de croissance** le 17 mai 2006, qui a permis, en attendant une TVA à 5,5 % incertaine, d'améliorer les aides aux secteurs. Ensuite, **l'amendement permettant de maintenir les 39 heures**, au moins jusqu'au 31 janvier 2007, et ce malgré la décision du Conseil d'Etat d'annuler les accords de 2004. Enfin, le Président Daguin a évoqué un ensemble de « jalons », qui ont fait de 2006 une année des plus importantes pour l'évolution future des métiers de l'hôtellerie. Citant pêle-mêle **le permis d'exploitation** voté en avril 2006, **l'UMIH formation**, **la campagne des métiers d'avenir** qui depuis 3 ans permet de moderniser l'image de la profession, **l'obligation de l'inscription en mairie et au RCS des chambres d'hôtes** pour lutter contre la concurrence déloyale, en attendant le classement hôtelier (sous la forme d'un établissement semi-public), ainsi que la création d'une banque des licences dans laquelle les organisations syndicales seront impliquées. André Daguin en a profité pour saluer la réussite du salon Equip'hotel, ainsi que la création du label Gustino, label qui va « dans le sens des priorités de santé publique » et qui, de plus, regroupe aussi bien des indépendants que des chaînes. L'intégration des jeunes issus des quartiers difficiles, et la protection de l'environnement (avec le label clé verte), sont de nouvelles initiatives qui montrent les préoccupations de la profession et qui contribuent au rajeunissement de son image. A ce sujet, le Président de l'UMIH a félicité la « **cohérence médiatique** » sur les plus gros dossiers, permettant ainsi aux syndicats du secteur d'améliorer leur « **crédibilité vis-à-vis des pouvoirs publics** », cela étant une condition incontournable pour les syndicats, s'ils veulent obtenir « une capacité d'influence et de force » dans les négociations futures.

## Focus : Les nouvelles mesures annoncées par Renaud Dutreuil

A l'occasion du congrès de l'UMIH, le ministre des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, Renaud Dutreuil a détaillé l'ensemble des nouvelles mesures applicables dès janvier 2007 dans le secteur de l'hôtellerie.

Ces mesures comprennent :

- Une augmentation du niveau des aides directes de près de 60%, qui donnera ainsi à la restauration traditionnelle une revalorisation à 180 euros par mois des aides, et de 90 euros (en moyenne) pour les secteurs des hôtels-restaurants, débits de boisson et cafés-tabac.
- L'amélioration du niveau du régime des aides à l'emploi, qui permettra de maintenir le niveau d'aide à **taux plein jusqu'à 1,03 fois le SMIC** (sous réserve du vote final de la loi fin décembre).
- Les mises aux normes (hygiène, sécurité, insonorisation, accès aux personnes handicapées etc.) seront facilitées, grâce à une dotation de provision pour investissement qui permettra de déduire du revenu 15 000 euros au titre d'investissements futurs.
- Pour les mêmes types d'investissements de mise aux normes, une mesure exceptionnelle permettra un **amortissement accéléré sur 2 ans** au lieu de 5 à 10 ans comme c'était le cas jusqu'à aujourd'hui.
- La possibilité de faire financer les murs par des investisseurs immobiliers, comme cela existe déjà dans les grandes chaînes hôtelières, permettant ainsi de faciliter la transmission des établissements, tout en entretenant le parc immobilier.
- Une aide à l'embauche d'extras, sous la forme d'un forfait attractif de charges. Ce dispositif concèdera à l'employeur, pour un extra au niveau du SMIC, de ne plus payer les charges patronales. Modernisation et simplification également pour la déclaration des salariés occasionnels par la mise en place d'un « titre emploi entreprise » (TEE).
- Création d'un titre de « maître restaurateur » sur le modèle du titre de « maître artisan », véritable qualification professionnelle qui sera un gage de qualité pour le consommateur.
- La création de la « charte des droits » des entreprises, qui permettra une coordination des contrôles subis par les professionnels de l'hôtellerie. Un médiateur, issu de la profession, sera également créé, afin d'améliorer les échanges entre le secteur et les administrations.