



ÉDITION du 1er décembre 2010

Le projet Santé au menu fait de l'alimentation des jeunes Québécois au restaurant, son objectif ultime!

La qualité de l'offre alimentaire des milieux fréquentés par les jeunes et leur famille, dépend de plusieurs facteurs : économiques, sociaux ou environnementaux. Hormis ces facteurs d'influence externe, le réel enjeu d'une saine alimentation repose sur les connaissances, les compétences et la volonté des cuisiniers et des gestionnaires de cuisine d'offrir à leur clientèle des repas sains et savoureux, à des coûts comparables à ceux de l'offre traditionnelle.

Pour que nos jeunes soient mieux dans leur assiette

Mis de l'avant par la Fondation de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ), La santé au menu a pour objectif de réviser les connaissances nutritionnelles de base et les pratiques des cuisiniers et des gestionnaires d'une centaine d'établissements de restauration pour jeunes au Québec. Les lieux visés sont répartis en quatre catégories :

1. Les casse-croûte d'aré纳斯;
2. Les cafétérias d'établissements d'enseignement;
3. Les lieux de restauration rapide;
4. Les restaurants de type familial.

Grâce aux interventions menées auprès des professionnels de ces milieux, le projet permettra de favoriser la création d'environnements alimentaires sains pour les jeunes Québécois de 0 à 17 ans. Les stratégies mises en place exploiteront de manière ciblée l'expertise de l'ITHQ afin de l'offrir au secteur de la restauration.

Une équipe interdisciplinaire composée de chefs cuisiniers, de professeurs de gestion et d'une nutritionniste, intervient depuis février 2010 auprès des représentants des milieux visés afin d'évaluer leurs besoins en termes de soutien et de formation en gestion de menus santé.

À titre de mesure d'appui aux professionnels de la restauration, l'équipe de Santé au menu a à ce jour développé un Guide d'accompagnement en aré纳斯 (PDF, 204 p.), qu'on peut se procurer par l'entremise du site Web du projet. Au cours des prochains mois, les outils développés à l'intention des trois autres catégories de milieux pourront également être consultés en ligne. Le site Web de La santé au menu permettra de plus de diffuser des fiches techniques nutritionnelles, de cuisine ou de gestion, ainsi que des recettes adaptées aux différents milieux. Actuellement, une section dédiée aux membres permet aux 100 établissements visités dans le cadre du projet, d'avoir un accès privilégié et rapide aux spécialistes de l'équipe.

Mentionnons en terminant que la Société de gestion du Fonds pour la promotion des saines habitudes de vie (Québec en forme) a accordé un financement de trois millions de dollars étalé sur trois ans afin de réaliser le projet La santé au menu.

Nouvelle rédigée par Nadia Carufel, responsable des communications au Centre d'expertise et de recherche

Comment cuisiner des viandes exotiques

Les problèmes alimentaires (vache folle, grippe aviaire et porcine, listériose, etc.) associés ces dernières années aux viandes les plus consommées à travers le monde, font en sorte qu'on ne sait plus quel animal se mettre sous la dent.

Dans un article du magazine Popular Science, le chef Dave Arnold propose donc aux amateurs de viande de cuisiner d'autres espèces comme, par exemple, du lion et du yak. On y mentionne, entre autres, que la diversité des viandes offertes sur le marché s'est beaucoup appauvrie au cours du siècle dernier et que l'industrialisation nous a amenés à privilégier celles qui sont les plus tendres mais qui n'ont pas forcément le plus de goût. Selon l'auteur, on a aujourd'hui tendance à abattre trop jeunes les animaux qui nous fournissent notre viande, avant même que leur chair ait pu développer toute sa saveur.

Bien qu'on nous conseille généralement d'éviter les viandes exotiques en raison des bactéries qu'elles sont susceptibles de contenir ou des mauvais traitements qui peuvent avoir été infligés aux animaux, de plus en plus de gens osent les cuisiner.

Voici donc quelques conseils du chef Arnold concernant la cuisson de ces viandes qu'il recommande de cuire à basse température à l'aide d'un thermoplongeur si possible.

Toutes les viandes exotiques doivent d'abord être saisies à feu fort, avant d'être déposées avec un peu de beurre dans des sacs de congélation refermables. La viande pourra ensuite être cuite sous vide dans un thermoplongeur (voir les instructions ci-après), avant d'être saisie à nouveau des deux côtés à feu fort.

- Yak : Cuire sous vide à 56 °C pendant 24 heures. Le yak a un goût fort de gibier, avec des notes de canard.
- Lion : Cuire sous vide à 57 °C pendant 24 heures. Le lion a un goût de porc, mais plus riche.
- Ours noir : Cuire sous vide à 57 °C pendant 3 heures. L'ours noir a un goût sanguin, un peu métallique. Les ours plus jeunes ont la réputation d'avoir meilleur goût.
- Queue de castor : Cuire sous vide à 60 °C pendant 48 heures. Cette viande a un goût boisé délicieux.
- Canard et volaille (sarcelle et autres anatidés) : Cuire sous vide à 57 °C ou 58 °C pendant 45 à 60 minutes pour les filets. Braisez les cuisses.
- Pigeonneau : Cuire sous vide à 56 °C pendant 45 minutes pour les filets. Braisez les cuisses.
- Raton laveur : Il est recommandé de cuire le raton laveur en le braisant.

Source : « [Comment cuisiner de l'ours noir ou du raton laveur?](#) », *Cyberpresse.ca* (page consultée le 22 novembre 2010).

Nouvelle rédigée par Jean-Luc Jault, professeur de sommellerie

L'industrie de la restauration et de l'hébergement connaîtra-t-elle une croissance de profits en 2010?

Selon une étude du [Conference Board of Canada](#) rendue publique le 22 novembre dernier, l'industrie de la restauration, de l'hébergement et du commerce de détail enregistrera une augmentation de ses bénéfices de plus de 20 % cette année.

La rentabilité accrue des entreprises et l'importante croissance de l'emploi devraient en effet inciter davantage de Canadiens à voyager, stimulant d'autant la demande pour des services hôteliers. Côté restauration, la création d'emplois depuis le début de l'année 2010 aurait encouragé les consommateurs à aller dans les restaurants et à y dépenser davantage. En ce qui a trait au commerce de détail, l'augmentation des ventes et des prix devrait permettre aux bénéfices de se hisser de nouveau à leur sommet d'avant la récession, soit à 1,3 milliard de dollars.

Il est toutefois à noter qu'au cours de cette même semaine, le Conference Board incitait les Québécois à davantage de retenue dans leurs dépenses et sonnait l'alarme à leur gouvernement : « Réveillez-vous ! Cessez de vivre au-dessus de vos moyens et coupez dans vos programmes. Ou vous le payerez cher plus tard. »

Lequel des messages la population et nos dirigeants retiendront-ils? Que nous réserve l'avenir? Les ventes augmenteront-elles vraiment? Les profits seront-ils au rendez-vous? Le module d'enregistrement des ventes aura-t-il l'impact espéré? Il est certain que les secteurs de la restauration et de l'hébergement sont des plus complexes et nécessitent que l'on considère de nombreux paramètres pour bien les comprendre...

Sources : « [Retour des profits pour l'industrie des services](#) », *Canoe.ca - Argent* (page consultée le 22 novembre 2010); « [L'argent des autres : un avertissement](#) », *Canoe.ca - Infos* (page consultée le 19 novembre 2010).

Nouvelle rédigée par François Pageau, professeur-chercheur en gestion hôtelière et de la restauration

Nouvelles stratégies de marketing en ligne pour l'industrie hôtelière : analyse du pdg d'Hospitality eBusiness Strategies

Lors du récent [Gueuleton touristique](#) organisé le 18 novembre dernier par la Chaire de tourisme Transat, Max Starkov, président-directeur général d'[Hospitality eBusiness Strategies](#), a présenté sa vision des enjeux de la distribution électronique et du marketing en ligne pour les hôtels. Sa présentation avait pour objectif principal de dénoncer le fait que, selon le modèle commercial, les hôteliers laissent entre les mains des agences de voyages en ligne 5,4 milliards de dollars américains en commissions. En réalité, 60 % des revenus de ces agences en ligne proviennent de réservations de chambres d'hôtel, 10 % de réservations de billets d'avion, 19 % de vente de forfaits et 3 % de vente de croisières.

Tous les hôteliers ne contrôlent pas les réservations en ligne de la même façon. Aux États-Unis et au Canada, les 30 plus importantes chaînes hôtelières reçoivent 70,9 % de leurs réservations en ligne directement par leur site Web et confient seulement 29,1 % de leurs réservations par Internet aux agences de voyage. Pour l'industrie hôtelière en général, ce sont 38 % des réservations par Internet qui sont confiées aux agences de voyages en ligne. Il semble donc que les hôteliers indépendants et les regroupements de moindre importance font davantage affaire avec des intermédiaires en ligne. Selon Max Starkov, le marketing électronique serait plus efficace et permettrait de mesurer le retour sur l'investissement. Il recommande aux hôteliers d'utiliser leur propre site Web pour communiquer avec leurs clients, avant, pendant et après leur séjour. Cette relation privilégiée permettrait en outre de fidéliser la clientèle.

M. Starkov suggère également de privilégier le marketing électronique direct, d'utiliser des stratégies de marketing électronique social afin d'interagir directement avec les clients et, finalement, de communiquer en temps réel avec ces derniers grâce au marketing mobile. La cartographie électronique de Google avec ses pages *Google adresse* et ses liens commandités (voir un exemple [ici](#)), les commentaires des clients de Trip Advisor, les promotions sur Twitter, les campagnes courriels, les hyperliens et le co-marquage sont autant de moyens qui devraient figurer dans le plan marketing électronique des hôteliers. Il ajoute que tous ces moyens doivent de plus pointer vers le site Web de l'hôtel, qui devient alors la plaque tournante de la relation client multi-canaux comme l'indique ce [schéma](#).

Mais si les réservations obtenues directement par le site Web de l'hôtel coûtent dix fois moins cher que la commission des agences de voyages en ligne, encore faut-il avoir un site Web transactionnel et visible dans les moteurs de recherche. Sur le plan opérationnel, comment peut-on « peupler » un site Web, c'est-à-dire relier automatiquement ce dernier à l'inventaire des chambres en temps réel au moyen d'un système de gestion de la propriété (PMS) pour hôtels indépendants sans l'intermédiaire de GDS et de compagnies de connecteurs électroniques?

Source : Conférence de M. « [Preparing for 2011 : Hotelier's Online Marketing Strategy](#) », conférence de Mark Starkov prononcée à Montréal le 18 novembre 2010.

Nouvelle rédigée par Marie-Claire Louillet, professeure à l'ordre universitaire en gestion hôtelière et de la restauration

Éthique et professions à pourboires

Rendre service à un client pourrait bien contrevenir aux principes d'éthique à l'égard de notre employeur ou encore s'avérer contraire aux intérêts d'autres commerçants. Deux événements récents et commentés par la presse, méritent notre attention. Symbolisent-ils un changement de mentalité?

Sept portiers-chasseurs ont été congédiés pour cause de manque d'intégrité et six autres ont été arrêtés et accusés d'extorsion. Des pratiques qui ont eu cours pendant des années sans toutefois retenir l'attention des gestionnaires, sont aujourd'hui remises en question et donnent lieu à des sanctions au nom de l'intégrité ou du respect des lois.

Le code d'éthique de l'[Union internationale des concierges d'hôtels \(UICH\)](#) interdit à ses membres et à ceux qui aspirent à le devenir, d'exécuter une commande de nature immorale ou illégale. Il serait peut-être souhaitable que d'autres catégories d'employés œuvrant dans les établissements hôteliers soient également assujettis à un code d'éthique, particulièrement le personnel en contact direct avec la clientèle et amené à recommander des services extérieurs à l'hôtel.

Par ailleurs, certaines entreprises semblent tirer profit des enjeux que pose le code d'éthique de certaines professions. C'est le cas notamment de [Concierge Durable](#), un service de conciergerie d'entreprise durable, éthique et solidaire, qui propose « d'améliorer la qualité de vie des salariés grâce aux services pratiques et éthiques d'une conciergerie très différente ». Animée par un sens des responsabilités sociales, cette entreprise offre des formations de sensibilisation au développement durable.

En terminant, la bibliothécaire de la Médiathèque vous suggère deux sites pour en savoir plus sur l'éthique : [Institut québécois d'éthique appliquée](#) et [Centre de recherche en éthique de l'Université de Montréal \(CREUM\)](#).

Sources : « [Intercontinental : sept portiers-chasseurs congédiés pour « manque d'intégrité](#) », [Cyberpresse.ca](#) (page consultée le 23 novembre 2010); « [Six portiers du Reine Elizabeth arrêtés pour extorsion](#) », [Cyberpresse.ca](#) (page consultée le 19 novembre 2010).

Nouvelle rédigée par Marie-Claire Louillet, professeure à l'ordre universitaire en gestion hôtelière et de la restauration

L'industrie du vin doit des excuses aux amateurs de vin doux

Dans une étude américaine de l'Université Cornell, on constate que la physiologie joue un rôle important lors d'une dégustation de vin. Prônée depuis des décennies, l'approche commerciale favorisant des vins plus complexes, voire plus forts en alcool, s'appuierait donc sur des données erronées.

Il n'y aurait en effet pas de distinction de valeur ni de qualité entre les vins doux et ceux plus complexes, mais une différence dans la façon dont les gens perçoivent le goût.

Les chercheurs ont développé quatre grandes catégories pour qualifier les vins : *Doux*, *Délicat*, *Onctueux/Fin* et *Tolérant* (la catégorie *Doux* se trouve à l'opposé de *Tolérant*).

Les amateurs de vin doux sont simplement attirés par le sucré. Ils ne sont ni stupides, ni immatures ou débutants, et ne manquent pas d'éducation. On remarque que les adeptes de ce type de vin sont souvent des femmes jeunes tandis que les consommateurs de la catégorie *Tolérant* sont plutôt des hommes d'âge mûr.

Selon les résultats de l'étude, en insistant sur « l'éducation » des consommateurs qui aiment les vins doux (éducation qui vise à les amener à apprécier le « bon » type de vin), l'industrie ne se rend pas service et perd plutôt des clients. Incompris, ces consommateurs se tournent non pas vers les vins secs, mais plutôt vers d'autres boissons telles que la bière et les cocktails.

Source : « [Sweet vs dry? We're all wrong, apparently](#) » *American Wine Writer*, 19 octobre 2010.

Nouvelle rédigée par Mirjana Martic, spécialiste de l'information d'affaires au Centre d'information d'affaires de la SAQ

Nouvelles diverses

Deux affaires de gros sous :

Un grand cru de Bordeaux vendu pour 304 375 \$

Tout était réuni pour que la vente d'un Cheval Blanc de 1947 batte un record de vente : grand cru de Bordeaux, millésime mythique (l'une des meilleures années du siècle) et bouteille « impériale ». La transaction a été adjugée à 223 967 euros (304 375 \$) le 16 novembre dernier à Genève, en faveur d'un collectionneur privé. Il s'agit là d'un record mondial pour une bouteille de vin, a indiqué Christie's.

Précisons que « l'impériale » consiste en une bouteille de format très rare (6 litres) qui est en général le résultat d'une commande. Il s'agissait de la "seule bouteille de ce format qui soit connue pour ce millésime recherché de Saint-Émilion », a indiqué Ganne, l'expert du département de vin de Christie's. Selon lui, ce millésime est « sans aucun doute l'un des plus grands Bordeaux de tous les temps, non seulement par sa qualité rare mais aussi par sa longévité, dans la mesure où il peut encore être conservé 50 ans sans aucun problème ». (Source : « [Un Cheval blanc 1947 adjugé pour 304 375 dollars, record mondial pour une bouteille de vin](#) », *Le point.fr* (page consultée le 17 novembre 2010). Information fournie par Jean-Luc Jault)

La suite la plus chère d'Europe

Selon le site *l'Immobilier*, la suite la plus chère d'Europe (39 000 euros/nuitée) serait située à Genève, face au lac Léman, dans l'établissement de renom Grand Hôtel Kempinski. La plus grande suite mesure 1 082 mètres carrés et est aménagée sur 2 étages. Elle comprend trois grandes chambres aux lits défiant toute grandeur, une salle de sport privée, un spa, une salle de divertissement ainsi qu'une immense terrasse accessible par des ascenseurs privés. Quant à la vue, elle est à couper le souffle! (Source : « [Hôtel Genève, suite : 39 000 euros la suite la plus chère d'Europe](#) », *L'immobilier* (page consultée le 24 novembre 2010). Information fournie par François Therrien, du Centre d'expertise et de recherche)

La gastronomie française se porte bien!

À la suite de l'inscription, le 16 novembre dernier, du [repas gastronomique des Français](#) au Patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'Unesco, la France vient de lancer un appel d'offres pour créer une Cité de la gastronomie. Ce grand lieu culturel réunira entre autres un espace de découverte et de dégustation, un centre de formation avec des chefs en résidence, une vitrine de l'excellence culinaire et un pôle de développement touristique. (Source : « [Lancement d'un appel d'offres pour la création d'une Cité de la gastronomie](#) », *L'hôtellerie-restauration*, (page consultée le 22 novembre 2010). Information fournie par François Therrien, du Centre d'expertise et de recherche)

De meilleurs choix sont faits au restaurant

D'après une étude récente effectuée par le [Groupe NPD](#), les Américains opteraient davantage pour des plats « plus santé » qu'avant au restaurant. L'étude indique en effet que le poulet et le poisson frits auraient moins la cote chez les consommateurs. Il en serait de même pour les boissons gazeuses, les hot-dogs et les frites. Pour en savoir plus sur le sujet, lire : « [Restaurant guests making healthful choices](#) », *Nation's Restaurant News* (page consultée le 30 novembre 2010).

Le métier de serveuse de restaurant porté au petit écran

Le dimanche 5 décembre prochain, le réseau Canal D diffusera le documentaire *Waitress, femmes, serveuse et l'art du service*, réalisé par Maya Gallus. On y dépeint toutes les complexités du métier de serveuse, un métier malheureusement peu valorisé malgré le fait qu'il soit très exigeant. Dans son film, Maya Gallus nous fait voir et entendre plusieurs serveuses travaillant à Montréal, Toronto, Tokyo et en France. Un documentaire à ne pas manquer sur Canal D, à 19 h. (Source : « [La serveuse et nous](#) », *Cyberpresse.ca* (page consultée le 1^{er} décembre 2010)

Nouvelles rédigées par Guylaine Simard, responsable de la Médiathèque

Reçus récemment à la Médiathèque

Voici une liste de documents qui se sont ajoutés à nos collections au cours du mois de novembre.

Alimentation, nutrition, gastronomie

Calseyde, Yves Van de. *Restauration et gastronomie : pour les personnes âgées en institution*, Paris, Éditions BPI, 2009, 136 p. (Cote : RA 999 S4C165 2009)

Epstein, Jason. *Eating : a memoir*, New York, Alfred A. Knopf, 2009, 174 p. (TX 652 E645 2009)

Food and Nutrition Information. *Eating smart : a nutrition resource list for consumers*, September 2010, Beltsville, MD, Food and Nutrition Information Center, 2010, 19 p. ([En ligne](#), format PDF)

Cuisine

Clouet, Thomas. *Finger food*, Paris, Hachette, 2010, 66 p. (Cote : TX 740 C647 2010)

Delacourcelle, Philippe. *Tsukiji, le plus grand marché aux poissons du monde : [avec 60 recettes]*, Paris, Agnès Viénot Éditions, 2009, 191 p. + 1 DVD (Cotes : TX 747 D332 2009 + FZ1-00723)

Faucher, Jacques [et al.]. *La cuisine québécoise*, Montréal, Éditions de l'Homme, 2009, 124 p. (Cuisine des 7 familles) (Cote : TX 715.6 F256 2009)

Frechon, Éric. *Éric Frechon, un chef pour recevoir chez soi*, Paris, Solar, 2010, 175 p. (Cote : TX 719 F851 2010)

Martin, Guy. *Le tour du monde en 75 recettes*, Paris, Le Cherche midi, 2008, 169 p. (Cote : TX 719 M3793 2008)

The Moosewood Collective. *Moosewood Restaurant cooking for health : more than 200 new vegetarian and vegan recipes for delicious and nutrient-rich dishes*, New York, Simon & Schuster, 2009, 348 p. (Cote : TX 837 M825 2009)

Oliver, Jamie. *Jamie's America*, New York, Hyperion, 2010, 359 p. (Cote : TX 715 O484 2010)

Roellinger, Olivier. *La cuisine des corsaires : petite conférence sur la gastronomie*, Montrouge [France], Bayard, 2008, 76 p. (Cote : TX 406 R714 2008)

Slater, Nigel. *Tender. Volume 1 : a cook and his vegetable patch*, London, Fourth Estate, 2009, 618 p. (Cote : TX 801 S631 V.1 2009)

Zuddas, David. *La nouvelle nouvelle cuisine*, Paris, Hachette, 2009, 127 p. (Cote: TX 714 Z943 2009)

Gestion

Brien, Robert [et al.]. *Comptabilité 2 : analyse et traitement des données du cycle comptable*, 6^e édition, Montréal, Gaëtan Morin éditeur, 2009, 546 p. (Cote : HF 5642 B854 2009)

Gestion de l'hôtellerie et de la restauration

Strecko, Julie [et al.]. *Analyse sommaire d'initiatives favorables à l'amélioration de l'environnement alimentaire des restaurants*, [Montréal], Direction du développement des individus et des communautés, Institut national de santé publique Québec, 2010, 127 p. ([En ligne](#), format PDF)

Tourisme

Association des propriétaires d'autobus du Québec. *Le guide officiel du voyage en groupe*, édition 2011,

Québec, l'APAQ, 2010. 160 p. (Cote : FC 2917.5 Q51 2011)

Conseil de développement du camping au Québec, Tourisme Québec. *Guide du camping Québec = Campground guide Québec*, Montréal, CDCQ, Tourisme Québec, 2010, 239 p. (Cote : GV 195 Q4C19 2010 et [en ligne](#))

Gagnon, Christiane, dir. *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux : entre conservation, participation et marché*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2010, 259 p. (Cote : G 156.5 E26E197 2010)

Vin et boissons

Faivre, Galatée. *Le marketing identitaire du vin : rapport sur l'ADN de la marque*, Bordeaux, Éditions Féret, 2009, 151 p. (Cote : HD 9370.5 F715 2009)

Jefford, Andrew. *Déguster : tout ce que vous devez savoir sur la dégustation des vins*, Montréal, Modus Vivendi, 2009, 176 p. (Cote : TP 548.5 A62J459 2009)

Pitte, Jean-Robert. *Le désir du vin à la conquête du monde*, [Paris], Fayard, 2009, 332 p. (Cote : GT 2885 P688 2009)

Autres titres d'intérêts

Saltet, Jérôme, André Giordan. *Apprendre à apprendre*, [Paris], Libro, 2007, 94 p. (Cote : LB2395 S177 2007)

Compilé par Guylaine Simard, responsable de la Médiathèque

Remerciements et meilleurs voeux pour le temps des Fêtes!

Je profite de cette dernière édition du Babillard en 2010 pour offrir mes plus sincères remerciements à tous les collaborateurs et à toutes les collaboratrices du *Babillard* qui, tout au long de l'année, ont si bien su enrichir le contenu de ce bulletin électronique.

Le *Babillard* vous reviendra le 12 janvier prochain. Entre-temps, au nom de toute l'équipe, je vous souhaite, cher public lecteur, une période des Fêtes des plus réjouissantes et une Année 2011 remplie d'amour, de paix et de succès!

Guylaine Simard, responsable de la Médiathèque et du Babillard

Éditions antérieures du Babillard

[Éditions 2010](#)

[Éditions 2009](#)

[Éditions 2008](#)

[Éditions 2007](#)

[Éditions 2006](#)

[Éditions 2005](#)

[Éditions 2004](#)

[Éditions 2003](#)