



CHR news N°51

Septembre 2016



Lettre réservée aux professionnels des Cafés, Hôtels, Restaurants.

L'entretien professionnel

Le décret du 5 mars 2014 rend obligatoire l'organisation d'un entretien professionnel pour les salariés qui ont 2 ans de présence dans l'entreprise ou qui reviennent d'une longue absence.

L'entretien se déroule en 3 temps :

- Dresser le bilan du parcours du collaborateur dans l'entreprise: activités professionnelles, formations et perfectionnements,
- Noter les désirs du collaborateur,
- Définir des orientations en fonction des capacités de l'entreprise. L'entretien doit déboucher sur des propositions réalistes.

Le fait de se préparer et de participer à cet entretien rend le salarié acteur de son évolution. Il pourra démontrer qu'il a mis en pratique les actions de formations suivies.

Source : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32040>



**François
Legoupil**

Responsable
National Filière
Cafés, Hôtels,
Restaurants
flegoupil@kpmg.fr
02 14 37 55 00

Bilan touristique

Attentats, insécurité, grèves, intempéries...

La France perd de son attrait. Paris et la région Paca sont les zones les plus touchées.

Les touristes étrangers ont déserté la Capitale. En juin, le taux d'occupation a perdu 12 points.

Les attentats de Nice ont fait chuter les réservations sur juillet.

D'autres régions ont été touchées : le littoral du Languedoc-Roussillon, la Normandie ou encore les Châteaux de la Loire.

Source : *L'Hôtellerie n°3510 et 3512*



Taxe de séjour

Les professionnels de l'hôtellerie, les propriétaires de meublés de tourisme, villages de vacances, campings, gîtes, chambres d'hôtes... sont chargés de collecter la taxe de séjour, au nom et

pour le compte de leurs résidents, lorsque la collectivité territoriale du lieu d'implantation de l'hébergement a institué cette taxe.

La DG FiP a mis en ligne un moteur de recherche permettant de connaître les communes ayant instituées cette taxe, pour quelle année, et selon quels tarifs.

La recherche simple par le nom de la commune, son code INSEE ou postal, permet de connaître l'existence ou non d'une délibération et d'en visualiser le contenu.

Source : http://taxesejour.impots.gouv.fr/DTS_WEB/FR/



Se prémunir contre les faux avis de consommateurs sur internet

La pratique de ces faux commentaires est interdite en France. Qu'il s'agisse de faux avis positifs postés par le professionnel, ou par son agence de communication, ou d'avis négatifs rédigés par un concurrent.

Les faux commentaires sur les sites en ligne trompent le consommateur et faussent la concurrence.

Source : <http://www.economie.gouv.fr/>



Connaître et respecter les limites du contrat d'extra

C'est un CDD pouvant être conclu pour des emplois temporaires et non pas liés à l'activité permanente et normale de l'entreprise.

En cas de succession de CDD d'extra, les juges vérifient, en cas de contentieux, si l'utilisation de CDD successifs était justifiée par des éléments concrets établissant le caractère par nature temporaire des emplois occupés.

La convention collective des CHR précise encore les conditions d'emploi des extras. L'article 14 indique notamment qu'un extra qui se verrait confier par le même établissement des missions pendant plus de 60 jours dans un trimestre civil peut demander la requalification de son contrat en CDI. Le CDD doit être établi par écrit pour chaque vacation, comporter comme tout CDD la définition précise du motif de recours, soit en l'espèce la mention extra. Le contrat écrit doit être remis au salarié dans les deux jours de l'embauche.

Source : <http://www.lhotellerie-restauration.fr/>



Plateformes de réservation en ligne : les conseils pratiques de la DGCCRF

- Se rendre directement sur le site de l'hôtel afin de vérifier les tarifs et les disponibilités.
- Prendre le temps de téléphoner à l'établissement ou de le contacter par e-mail pour se faire préciser certains points

(conditions d'annulation, chambre avec vue, lit enfant, petit-déjeuner, etc.), voire pour négocier une baisse du tarif.

- Se méfier des mentions alarmistes, telles que « À saisir, plus qu'1 chambre disponible »,
- « 6 autres personnes regardent cet hôtel ». Il est probable que le site n'ait qu'une seule chambre attribuée par l'hôtel, et cela ne signifie pas que cet établissement n'a plus aucune chambre disponible.
- Garder systématiquement une trace écrite des réservations et du paiement.
- Vérifier soigneusement ses éléments d'identité (nom, prénom, adresse e-mail, etc.) avant de valider votre commande.

Source : <http://www.economie.gouv.fr/>



Les 10 erreurs à ne pas commettre sur son site internet :

Les hôtels sont encore trop nombreux à proposer des sites qui ne sont pas à la hauteur de ce qu'attendent leurs visiteurs. Dix erreurs y sont fréquemment commises.

1. Aucun effort n'est consacré au référencement du site,
2. L'hôtel ne place pas le client au centre du site,
3. Le contenu est obsolète,
4. Le site n'est pas 'mobile-friendly' (la conception de la page n'est pas adaptée aux mobiles),
5. Ne pas renseigner toutes ses coordonnées,
6. Les visuels ne sont pas à la hauteur,
7. Une musique imposée aux visiteurs qu'ils ne peuvent pas arrêter,
8. L'usage de fichiers PDF sur les sites est encore trop fréquent, notamment pour les cartes de restaurants ou de soins au spa,
9. Des oublis dans les informations pratiques, comme les horaires de check-in et check-out, de petit-déjeuner.
Prévoyez une FAQ si vous ne savez pas où répondre à des questions courantes de type : Acceptez-vous les animaux ?
10. Le moteur de réservation fait fuir les clients, pas ergonomique, pas mobile-friendly.

D'autres erreurs sont aussi fréquentes et contribuent à impacter le taux de clics et de conversion. Une offre non segmentée ne distinguant pas tourisme d'affaires et tourisme de loisirs, une page d'accueil fourre-tout qui perd le visiteur dès son arrivée, une mauvaise traduction... Le site est désormais bien plus qu'une vitrine en ligne, c'est un outil de relation client, de communication, la pierre angulaire dans votre stratégie marketing.

Source : <http://www.lhotellerie-restauration.fr/>



La taxe obésité passe aux oubliettes

Les mesures présentées dans un rapport de la Direction Générale du Trésor pour la prévention de l'obésité, dont celle de taxer les produits "nutritionnellement incorrects", ont été écartées par le gouvernement.

Selon une étude publiée début septembre par la Direction Générale du Trésor, le coût socioéconomique du surpoids passé à 15% de la

population française (contre 5% en 1980) impose des mesures urgentes. Parmi celles-ci, l'institution a égrainé une série de mesures à prendre dont celle de remplacer la ponction fiscale qui touchait jusqu'alors notamment les boissons sucrées et édulcorées mais aussi énergisantes, les farines ou encore les huiles, par une taxe unique qui aurait visé tous les produits de qualité nutritionnelle discutable ou chargés en calories. Les propositions de ce rapport ne semblent pas avoir convaincu le gouvernement.

Source : <http://www.snacking.fr/news>

Statistiques

	NB Ent.	Juin 2016		Cumul depuis 1 ^{er} janvier		Cumul mobile sur 12 mois		NB Ent.	
		CA Moyen en K€	Var. / 2015	CA Moyen en K€	Var. / 2015	CA Moyen en K€	Var sur 1 an	↗	↘
Bar-Hôtellerie Restauration	2345	19	-1,3%	98	+0,5%	207	+0,2%	1167	1178
Hôtel-Restaurant	283	30	-4,5%	135	-1,5%	301	-0,3%	126	157
Hôtellerie de plein air	29	37	-5,9%	127	+0,4%	336	+3,1%	16	13
Restauration	1447	18	+0,4%	98	+1,1%	206	+0,4%	750	697
Café	586	14	-2,7%	77	-0,6%	160	0%	275	311



[Énoncé en matière de confidentialité](#) | [Mentions légales](#)

Informatique et liberté : vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (article 34 de la loi "informatique et liberté" du 6 janvier 1978) en envoyant un email à l'adresse suivante : jrioux@kpmg.fr

© 2016 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.

kpmg.fr

