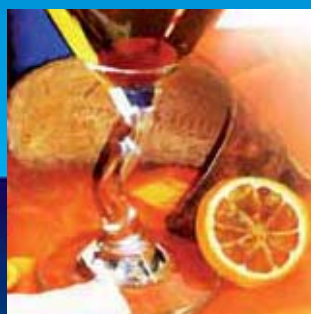


Connaissances et Techniques du **BAR** et des **Cocktails**



Technologie
du bar



Produits servis
au bar



Cocktails



Législation
du bar



Gestion
du bar



Connaissances et Techniques
du
BAR
et des
Cocktails

Technologie
du bar 

Produits servis
au bar 

Cocktails 

Législation
du bar 

Gestion
du bar 

André Jutan et Joël Guérinet



© Editions BPI 2014 - ISBN : 978-2-85708-501-0

Tous droits de traduction, d'adaptation et de reproduction par tous procédés réservés pour tous pays.

« Le code de la propriété intellectuelle et artistique n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article L.122.5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1^{er} de l'article L.122-4). « Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal ».

Sommaire



1 Technologie du bar

Généralités

Le bar et son histoire	8
Les différents types d'établissements	9
Le barman et son métier	11
Le profil du barman	12
Les fiches de poste	13
Le barman : « un manager »	15
Les qualités du responsable	16
La vente au bar	17
La psychologie du barman	20
Les buffets et produits solides servis au bar	22
Quelques termes professionnels du bar	24
Le principe HACCP appliqué au bar	25



Communication

Les différents types de clientèle	28
Quelques règles de communication	29
Le cycle du service	30
La prise de commande et sa réalisation	31
Les réclamations	32
Les règles d'élaboration de la carte	33
La communication promotionnelle	36

Analyse sensorielle et dégustation

L'éducation du goût	38
Technique d'analyse sensorielle	40
Vocabulaire de dégustation : éléments de vente	41

Agencement et équipements

L'ingénierie adaptée au bar : l'aménagement d'un bar	44
Agencement, mise en place et matériel du bar	47



2 Produits servis au bar

DOSSIER 1 - Les boissons du bar : classification	58
---	-----------

DOSSIER 2 - Les boissons apéritives	60
--	-----------

Les Apéritifs à Base d'Alcool (A.B.A.)

• Les anisés	60
• Les bitters	63
• Les gentianes	66

Les Apéritifs à Base de Vin (A.B.V.)

• Les quinquinas	69
• Les vermouths	73

Sommaire



2 Produits servis au bar (suite)

DOSSIER 3 - Quelques vins	77
• Les vinifications : rouge et rosé de macération	77
• Les vinifications : blanc et rosé de pressoir	78
• Les vins effervescents	80
• Le champagne	81
DOSSIER 4 - Les vins mutés ou vinés	90
• Généralités	90
• Les Vins Doux Naturels (V.D.N.) - Les Vins De Liqueur (V.D.L.) - Les Mistelles ...	91
• Le porto	95
• Le xérès	99
• Le marsala	103
• Le pineau des Charentes	105
DOSSIER 5 - Les boissons fermentées autres que le vin	108
• La bière	108
• Les cidres et les poirés	115
DOSSIER 6 - Les boissons digestives	118
La distillation	118
Les eaux-de-vie brunes	120
• L'armagnac	120
• Le brandy	125
• Le calvados	127
• Le cognac	133
• Les marcs	138
• Le rhum	140
• Les whiskies	145
Les eaux-de-vie blanches	153
• Les eaux-de-vie de fruits	153
• Le gin	156
• La vodka	159
• Le saké	162
• La tequila et le mezcal	166
Les liqueurs	169
DOSSIER 7 - Les Boissons Rafraîchissantes Sans Alcool (B.R.S.A.)	174
• Les eaux	174
• Les soft drinks	183
• Les jus de fruits	188
• Les sirops	193
DOSSIER 8 - Les boissons chaudes	197
• Le café	197
• Le cacao	206
• Les infusions	211
• Le thé	213
DOSSIER 9 - Les autres produits	220
• Les cigares	220
• Les condiments	225
• Les produits laitiers utilisés au bar	227



Sommaire



3 Cocktails

DOSSIER 1 - Les cocktails : histoire - classification	232
DOSSIER 2 - Les règles d'élaboration des cocktails	239
DOSSIER 3 - La décoration des cocktails	246
DOSSIER 4 - Les cocktails diététiques	252
DOSSIER 5 - Liste des cocktails	253
DOSSIER 6 - Les cocktails coupe Scott short drinks	255
DOSSIER 7 - Les cocktails coupe Scott long drinks	272
DOSSIER 8 - Les cocktails IBA (non coupe Scott)	285
DOSSIER 9 - Les cocktails divers alcoolisés	298
DOSSIER 10 - Les cocktails sans alcool et diététiques	329



4 Législation du bar

Les licences et les groupes de boissons	340
Les obligations professionnelles du débitant de boissons	341
Les affichages obligatoires	343
La législation de vente et de revente du tabac	344
La redevance sur la diffusion de musique dans un commerce	345
La sécurité dans les établissements publics	346
L'étiquetage des boissons alcoolisées	347
Le transport des produits alcoolisés	350
La prévention et la consommation responsable	352
L'alcoolométrie	353
L'ouverture d'un établissement	356



5 Gestion du bar

Calcul des dixièmes en centilitres	359
La fiche technique et le calcul des coûts et des prix	360
Les approvisionnements	364
Le principe d'Omnès appliqué au bar	371
Les documents du bar	374

Préface

Il est heureux de constater que l'industrie hôtelière est en continuelle expansion et qu'elle offre beaucoup d'emplois dans les domaines de la restauration, de la cuisine et du bar.

Il est intéressant de voir de jeunes professionnels de bar, enthousiastes, mettre leurs connaissances en commun et souhaiter les transmettre.

Je connais la plupart d'entre eux pour les avoir côtoyés dans des manifestations telles que « le shaker » des écoles hôtelières, divers concours professionnels, tous enseignant la Mention Complémentaire bar que j'ai créée avec l'aide du ministère de l'Éducation Nationale (arrêté du 26.12.1984 et mise en application dès l'année scolaire 1985/1986).

Les impératifs logiques d'une bonne mise en place du bar et de son office, les bases d'élaboration de différents cocktails et l'évolution prise par la profession adaptée aux besoins de la clientèle confirment les recherches des deux auteurs.

André Jutan et Joël Guérinet se mettent ici au service de la préparation des deux seuls diplômes actuels de bar : la Mention Complémentaire et le Brevet Professionnel.

Mon souhait est que ce livre circule dans un maximum de mains et contribue ainsi à la reconnaissance d'un métier de prestige, le mien : celui de barman.

Michel BIGOT

Président ABF (1972-1979)

Président IBA (1981-1987)

Remerciements

Nous aimerions remercier toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à l'élaboration de ce livre.

Nous remercions tout spécialement le Lycée Hôtelier de La Rochelle, en la personne de Monsieur Cyrille Jeannes (proviseur) et Monsieur Frédéric Père (chef de travaux) qui ont mis les locaux à notre disposition ainsi que Monsieur Jean-Michel Etchegoyen (professeur de bar).

Les barmen professionnels :

- Michel Bigot • William Oliveri
- Joseph Trotta • Nicolas Pernes
- Les élèves de la Mention Complémentaire (MC) Bar 2011/2012

- Les différents syndicats régionaux
- Les professionnels de la distribution qui nous ont permis d'utiliser leurs informations et leurs produits.
- Les auteurs de livres que nous avons pu consulter sans réserve.

Il est rappelé que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé et qu'il convient de consommer les boissons alcoolisées avec modération.

The background is a solid orange color. It features a faint, stylized illustration of a bar scene. On the left, there is a large, spoked wheel, possibly a flywheel or a decorative element. On the right, there is a silhouette of a person, likely a barista, wearing a cap and holding a tray. The overall aesthetic is clean and modern.

1

Technologie du bar

Généralités

LE BAR ET SON HISTOIRE

A

utrefois, il existait une grande diversité d'enseignes : cabaret, guinguette, hostellerie, café et bien d'autres lieux de rencontre, de loisir et de détente. Chacun avait sa spécialité, boissons (café, vin ou bière), nourriture, etc. En 1587, le roi Henri III donne des règlements communs aux marchands de vin, aux taverniers, aux cabaretiers et aux hôteliers.

■ Jusqu'au XVII^e siècle, une certaine ségrégation règne à Paris entre hôteliers, taverniers, cabaretiers, rôtisseurs et charcutiers, les uns ne pouvant pas vendre ce que les autres préparaient et/ou proposaient. À la différence des taverniers qui ne peuvent vendre que du vin à emporter, les cabaretiers peuvent vendre le vin au détail mais aussi donner à manger. Le cabaretier devient au fil du temps le propriétaire du cabaret, lieu où se réunissent les poètes et les gens d'esprit. À partir du XVIII^e siècle, ces personnes se mettent à fréquenter les cafés, où l'on cause mieux et où l'on boit moins. En France, les débits de boissons s'appellent « cafés » depuis l'introduction de cette denrée rare en Europe (de l'italien « caffè », emprunté à l'arabe « kahwa », prononcé à la turque « kahve »). C'est à Marseille en 1654 que s'ouvre le premier café.

■ En 1672, un Arménien ouvre le premier débit de café sur la place Saint-Germain-des-Prés à Paris : la « Maison Caova » est la fidèle copie des cafés de Constantinople, où l'on ne consomme que ce breuvage.

■ À partir de 1680, une déclaration royale permet aux taverniers de vendre des viandes qui ont été cuites à l'avance ; ce privilège s'étend aux marchands de vin au cours des années suivantes.

Mais le créateur des cafés parisiens est le sicilien Francesco Procopio Dei Coltelli, qui fonde en 1686 un café proposant boissons, sorbets, gâteaux et affichant les nouvelles du jour.

Situé alors en face de la Comédie Française, le « Procope » (13 rue de l'Ancienne Comédie - 75006 Paris) voit défiler nombre des écrivains de la capitale et il reste aujourd'hui encore l'un des rendez-vous des arts et des lettres.

■ En 1698, les taverniers peuvent faire rôtir les viandes mais sans avoir de cuisiniers à gages. Les charcutiers obtiennent l'interdiction pour les taverniers d'élever et de tuer des porcs. Il est à peine utile d'ajouter que cette disposition prohibitive s'applique également aux cabaretiers.

■ Au XVIII^e siècle, le café prend le relais de l'estaminet public où l'on boit, chante, joue, achète, vend,

conspire... C'est le refuge des pèlerins, des ribauds, des charlatans, des voyageurs, des soudards, des sergents recruteurs et des mouchards. C'est pour la police un terrain de chasse privilégié. Les tenanciers apparaissent souvent comme des truands, leurs femmes et servantes ont quelques fois une activité secondaire que la loi reconnaît en les dispensant des peines appliquées aux femmes adultères. Le café est également le lieu de rencontre des philosophes et des révolutionnaires. Le café « Procope », le plus ancien établissement de Paris, va devenir le lieu de rassemblement de personnages aussi célèbres que Marat, Danton, Robespierre, Fabre d'Églantine..., acteurs de la Révolution Française.

■ En 1716, il y a dans la capitale 300 établissements de ce genre. Alors que la mode des cafés, d'influence viennoise, se répand en Europe, de l'autre côté de l'Atlantique, on passe, entre 1850 et 1890, de la taverne au bar. Le bar est le descendant du « saloon », terme apparu au début du XIX^e siècle, qui différencie le lieu où l'on boit de celui où l'on mange. Le terme bar désigne alors le meuble où l'on prépare les boissons, c'est-à-dire le comptoir, souvent équipé d'une barre. Devenu, par extension, le nom du lieu où l'on sert des boissons, le bar ne supprime le saloon qu'à la fin du XIX^e siècle.

Dans tous les débits de boissons, on propose des boissons diverses et le plus souvent des cocktails. Au XIX^e siècle, les cafés littéraires et politiques sont très en vogue. Sous le Second Empire, les brasseries se multiplient.

■ Dès 1930, s'ouvrent, dans le monde entier, des bars dits « américains » où l'on sert des cocktails de plus en plus sophistiqués. La fin de la Seconde Guerre mondiale voit une augmentation de la création de ce genre d'établissements qui devient le refuge de la clientèle américaine.

■ De nos jours, il est préférable d'employer le terme « bar à cocktails » plutôt que « bar américain ».

Le mot anglais « bar » évoque, à l'origine, la barre séparant les consommateurs du comptoir. Celle-ci était un support pour consommer. Par extension, ce mot devait bientôt désigner le comptoir lui-même, puis selon le Larousse « *Débit de boissons où l'on consomme debout ou assis des boissons alcoolisées ou non* ».

« *Il n'y a pas à New York de café comme en France, mais des bars ; les buvettes sont partout.* » (Citation de L. Simonin, Revue des Deux Mondes, du 01/01/1875).

LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉTABLISSEMENTS

Profil de la clientèle et lieu d'implantation déterminent souvent le caractère et la typicité de l'établissement. Celui-ci peut être implanté à proximité de centres d'activités divers tels que les marchés et les magasins, les usines et les ateliers, les gares et les ports, les théâtres et les cinémas, etc.

Les catégories d'établissements sont à l'image de la multitude de termes usités, au cours des siècles, pour les discerner.

Ainsi, le petit café s'appelle « buvette », lorsqu'il est attenant à une gare, un théâtre, un cinéma, un bal ; « taverne » ou « estaminet » de façon plus générale ; mais plus familièrement « bistrot », « troquet », « mastroquet » et, lorsqu'il est mal fréquenté, « caboulot », « bouge », « gargote » ou « boui-boui ».

Certains cafés offrent des spectacles théâtraux (café-théâtre), de la musique (café-concert), des revues (cabaret) et de la danse (discothèque).

Voici quelques exemples, non exhaustifs, des principaux types d'établissements :

Bar américain ou bar à cocktails : indépendant ou intégré dans un hôtel. Lieu confortable, intime, cadre luxueux. C'est le palace des bars, idéal pour recevoir la clientèle internationale de tourisme et d'affaires. Toutes les boissons françaises et étrangères y sont servies et l'on trouve un grand choix de cocktails classiques et innovants.

Bar d'hôtel : on le rencontre dans les hôtels de luxe. Il répond à l'attente d'une clientèle cosmopolite et aisée. Il assure le service des boissons dans les étages, les salons et les restaurants. Dans un même hôtel, plusieurs bars ayant chacun leur personnalité et leurs spécialités peuvent exister.



Bar de restaurant : bar intégré au restaurant. Le personnel composé d'un barman et d'un ou plusieurs commis assure le service des apéritifs, des boissons chaudes et des digestifs.

Bistrot : appellation populaire pour désigner une forme de petit café ou bar. Exemple : « le bistrot à vin » désigne un établissement où le client peut manger au comptoir un « en-cas » et déguster du vin au verre.



Brasserie : implantée dans les centres-villes et les quartiers très fréquentés. Grande amplitude d'ouverture. Principalement spécialisée dans les bières, on y sert, selon le moment de la journée, tout type de boissons, du « petit noir » du matin avec croissant, à l'apéritif, mais aussi le café et parfois le digestif ainsi que des plats chauds. L'après-midi, la brasserie se transforme en « salon de thé ».



Cabaret : mêmes prestations que le bar américain. Il présente un spectacle et parfois on peut également y danser.

Café : typiquement français. Implanté dans les villages et dans les quartiers en ville, il est le lieu de rencontre des habitués cherchant un moment de détente autour d'un café, d'un apéritif, d'un verre de vin ou de bière ou d'une boisson non alcoolisée.

Cocktailerie : bar ouvrant en fin de matinée et offrant des boissons traditionnelles, des cocktails avec ou sans alcool ainsi qu'un grand choix de glaces et sorbets.

Discothèque : établissement de détente et de danse ouvert à une clientèle jeune qui recherche distraction et amusement en dansant et en consommant toutes sortes de boissons au son d'une musique variée.

Milk-bar : établissement, plutôt fréquenté par une clientèle jeune, proposant une gamme de boissons à base de lait, sirops, jus de fruits ou de légumes, cocktails sans alcool et diététiques.

Piano-bar : indépendant ou intégré à un hôtel, c'est un bar de luxe offrant les mêmes prestations que le bar à cocktails ou bar américain en assurant, avec un pianiste, une ambiance musicale.

Pub : désigne un établissement d'origine anglaise offrant à la clientèle, dans un décor typique, une grande variété de bières pression, différents whiskies et des cocktails alcoolisés ou non.

Rhumerie : établissement qui se caractérise par un décor et une ambiance des îles. Il offre une grande diversité de cocktails à base de rhum.

Salon de thé : lieu de détente dans lequel est vendu principalement du thé en vrac que l'on peut le plus souvent déguster sur place ainsi que d'autres boissons chaudes ou froides, le plus souvent sans alcool. Des pâtisseries fines et des gâteaux sucrés ou salés y sont également proposés en guise d'accompagnement ainsi que des glaces ou des sorbets. Les plus anciennes maisons de thé connues dans l'histoire ont ouvert, en Chine, au temps de la dynastie Tang, avant l'année 740.

Bar à vins : lieu de détente où l'on peut se réunir dans une ambiance conviviale, afin de déjeuner, dîner et déguster des vins accompagnés de nourriture. Les vins, qui sont généralement de grande qualité, peuvent être servis au verre. On peut ainsi déguster de grands crus à des prix abordables.



Pub.



Bar à vins.

LE BARMAN ET SON MÉTIER

La brigade du bar

Elle se compose, en général et selon la catégorie de l'établissement, de la façon suivante :

Chef barman

Doué d'un esprit de commandement et bon gestionnaire, le chef barman a l'entière responsabilité de son bar ; c'est un poste de confiance.

Le chef barman s'occupe entre autres : du recrutement et de la formation du personnel, du planning de travail, des approvisionnements. Il organise les ventes, conseille les clients. Enfin, il est chargé de l'animation et de l'ambiance de son bar.

Barman

L'emploi de barman exige une grande capacité de résistance à la fatigue. Le barman doit posséder des qualités de rapidité et d'habileté manuelle.

Il doit aussi faire preuve d'une grande **facilité de contact**, de dynamisme, de diplomatie, de discrétion, d'amabilité, de sociabilité, de disponibilité, de sobriété et de **sens commercial**.

Il doit également être psychologue, physionomiste et bon vendeur. Il doit connaître et pratiquer plusieurs langues étrangères et avoir une tenue irréprochable. Sous les ordres du chef barman, il est au contact des clients et peut avoir les charges suivantes : l'entretien du bar, les inventaires et la mise en place du bar, la réalisation des cocktails et des boissons. Il participe

à l'animation du bar. Le barman doit également avoir le sens commercial car il vend ses produits mais aussi sa prestation.

Un barman doit posséder une bonne connaissance de ses produits afin de pouvoir, lors de la prise de commande, proposer une bonne argumentation commerciale et rendre ses boissons attrayantes. Il doit également s'appuyer sur une bonne habileté manuelle.

Commis de bar

Placé sous les ordres du barman, il est souvent chargé des tâches suivantes : entretien du bar et des locaux annexes, mise en place du bar, service des boissons en salle ou au salon. Il peut parfois prendre les commandes.

Le bar, un métier de contact

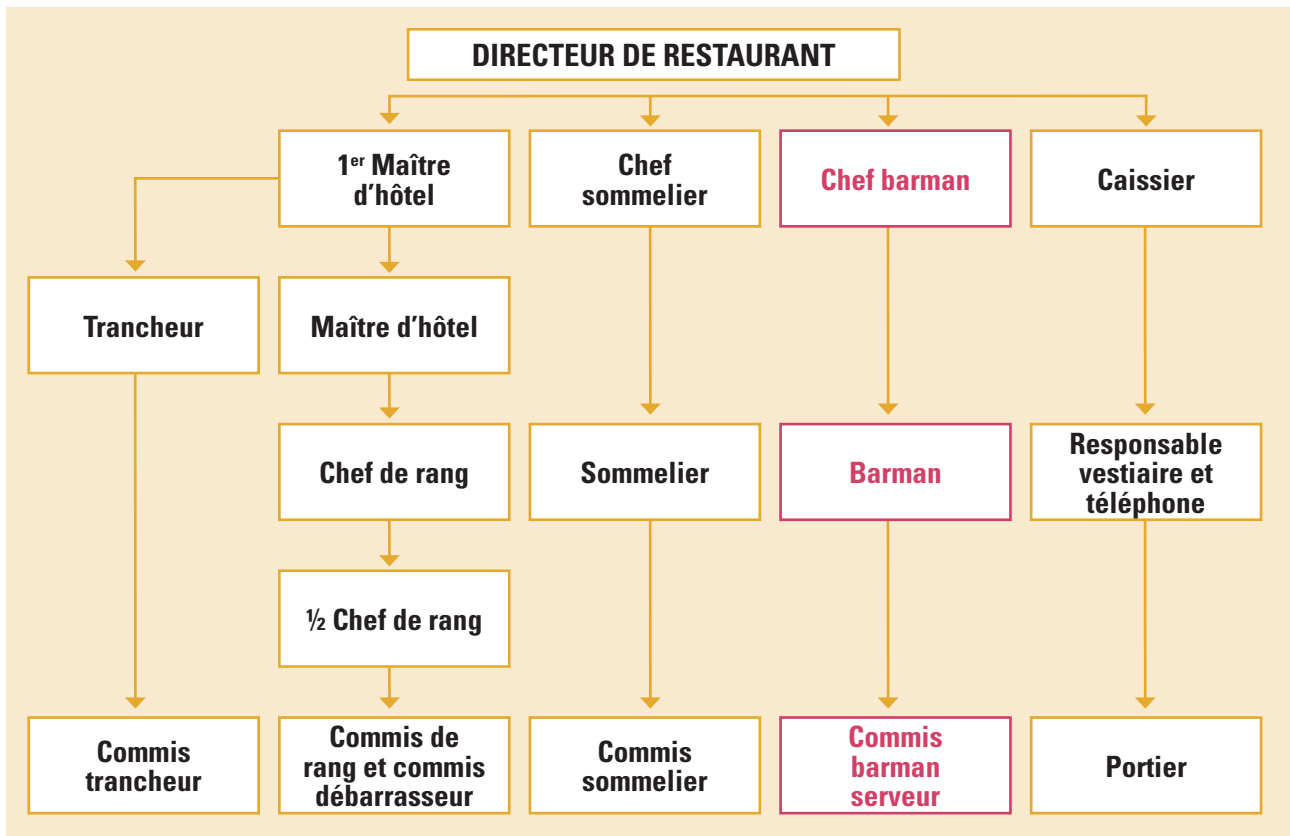
Un barman doit avoir le goût du contact car un bar n'est pas seulement apprécié pour ses boissons, mais aussi pour le personnel qui y travaille.

Certains clients ne viennent pas seulement pour consommer, ils viennent également pour trouver une ambiance, discuter, se décontracter...

C'est le personnel du bar et lui seul qui crée l'ambiance et l'animation de son lieu de travail.

Avec la clientèle étrangère, la connaissance de plusieurs langues facilite le contact.

Organigramme du restaurant d'un établissement haut de gamme



LE PROFIL DU BARMAN



Merveilleux personnage à qui l'imagerie a donné beaucoup de vertus : alchimiste dans la préparation de ses cocktails, confesseur des grands de ce monde, banquier à l'occasion, une des toutes premières relations publiques, expert en psychologie et à la limite un peu psychanalyste.

Est-il tellement exceptionnel pour que certains clients prononcent son nom avec autant de ferveur, que ses qualités et défauts soient mis sur la place publique, que la notoriété de quelques-uns de nationale devienne internationale, que le prestige fasse reconnaître l'identité des Jacques, Jules, Victor, Georges, Harry ou autre Michel ? Certainement pas, mais le silence que nous faisons sur ce que nous voyons ou entendons, la perpétuelle disponibilité au service de nos clients, l'atmosphère que nous savons créer dans nos bars, le plaisir que nous avons à recevoir, contribuent à nous faire apparaître comme des acteurs dont la scène est le bar.

« On » dit que son espèce est en voie de disparition, mais ne le dit-on pas à chaque génération qui passe, de toute activité tant soit peu artisanale ? Les mœurs, donc les goûts de la clientèle ont changé, accompagnant ainsi la marche de toute société ; les manières de gérer un bar ne sont plus les mêmes à chaque décennie.

Aussi, les conditions de travail ne peuvent être comparées aux années passées, mais le barman dans tout ce contexte reste... l'homme, qui, au travers de la clientèle, va devoir, va pouvoir s'exprimer, en

répandant ses connaissances acquises pour le maintien de la progression de sa profession... Le vrai barman aime passionnément son métier. Sorti du rang, il a dû gravir petit à petit tous les échelons qui mènent à sa position et s'est frotté ainsi à tous les rouages et à tous les détails qui vont l'aider à se parfaire. Un barman est un continuel apprenti qui, en toutes occasions, saura en tirer les leçons qui l'aideront dans la connaissance des autres et de lui-même. Aussi, restant modeste en toute chose et n'étant pas dupe des honneurs qui peuvent lui être faits, il est à la disposition de la clientèle de son établissement... Il est vrai que, parfois, le mot « barman » a été galvaudé, car représentant spécifiquement un professionnel de grande qualité, il est utilisé par des personnes qui n'en ont pas la qualification, mais qui pensent que « l'aura » qu'il invoque fera ouvrir toutes les portes... Je cite souvent la période de préouverture de l'hôtel Concorde Lafayette où j'ai rencontré des barmen « confirmés »... qui ne connaissaient aucun cocktail classique... ou bien la formation de jeunes apprentis qui en savent beaucoup plus au bout de deux années que ceux qui ont essayé de leur enseigner les rudiments du métier... Depuis trente ans, je n'ai pas quitté ma veste de barman, et je suis fier et heureux de pouvoir transmettre à des jeunes ce que mes pairs m'ont transmis...

Michel BIGOT

*Ancien chef barman de l'hôtel Ritz à Paris
Ancien président ABF (Association des Barmen de France)
Ancien vice-président et président de l'IBA
(International Bartenders Association)*

La réussite passe par de nombreuses contraintes qualitatives :

Techniques

- Connaissance parfaite de la technique.
- Précision et élégance du geste.
- Connaissance approfondie des produits.
- Connaissance des règles de l'alchimie.
- Créativité et classicisme.

Homme public

- Accueillant, poli, chaleureux.
- Contact humain, disponibilité, sensibilité.

Confidence

- Discrétion, confidentialité.
- Conseil, écoute.
- Atmosphère de l'accueil au bar lié à l'ambiance : le client doit se sentir chez lui.
- Plusieurs langues étrangères requises.

Naturel

- Simplicité, naturel, patience.
- Gestionnaire à l'écoute de l'évolution de sa profession.
- Tenue irréprochable tant physique que mentale.
- Intransigeance, ponctualité, discipline, sobriété, robustesse, honnêteté.
- Bienveillance, tant avec ses collègues qu'avec les clients.

De tous ces critères et de la personnalité de chacun, dépendront la possible promotion interne.

LES FICHES DE POSTE

La fiche de poste est très importante. C'est un document descriptif ayant pour but de préciser diverses informations concernant un poste donné.

Il existe deux types de fiche de poste :

- La fiche de poste simplifiée, sur laquelle sont précisés :

- les tâches à réaliser par le personnel sur le poste donné,

- les rapports entre les membres de la brigade.

- La fiche de poste détaillée, utilisée lors de la sélection du personnel. Elle permet de recruter la personne la mieux adaptée pour le poste à pourvoir.

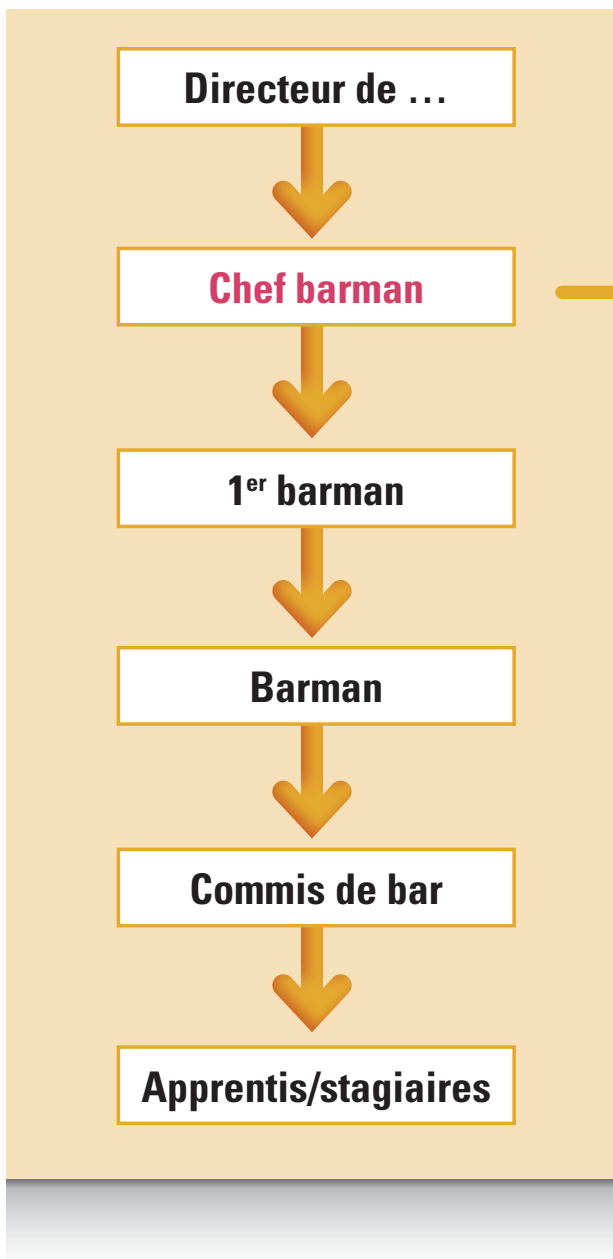
Exemple : fiche de poste simplifiée chef barman

Hiérarchie et relations fonctionnelles

• Hiérarchie :

directeur de l'établissement
directeur de restauration

• Relations fonctionnelles :



Avant le service

- Passer les consignes du jour à son équipe.
- Veiller au réapprovisionnement des produits du bar (vérifier les commandes et les faire remonter).
- Veiller à la mise en place et au nettoyage du bar et de ses annexes (locaux, matériel et équipement).
- Contrôler le travail donné et à réaliser.
- Être responsable de son outil de travail, veiller à ne jamais laisser une personne non autorisée prendre place au bar.

Pendant le service

- Accueillir, conseiller et se mettre à la disposition de la clientèle afin d'arriver à un service optimisé.
- Aider son équipe en cas de besoin.
- Veiller au bon déroulement du service.
- Facturer, encaisser ou transmettre au service adéquat les consommations clients.
- Vérifier la caisse avant de la transmettre au service comptable.

Après le service

- Faire les bons de réapprovisionnement nécessaires.
- Vérifier l'état général des locaux (lumières, sono, clés).

Exemple : fiche de poste détaillée chef barman

<p>IDENTIFICATION DU POSTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dénomination : chef barman • Statut : agent de maîtrise • Mission principale : <ul style="list-style-type: none"> - gestion et organisation du service - accueil des clients - formation du personnel - fonctions administratives et commerciales 	<p>CONTRÔLE EXERCÉ SUR LE TITULAIRE DU POSTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable du contrôle : directeur de ... • Mode de contrôle : satisfaction de la clientèle, taux d'occupation, chiffre d'affaires • Périodicité : permanent, en fin de mois • Sanction : avertissement oral puis écrit, blâme, licenciement
<p>HIÉRARCHIE ET RELATIONS FONCTIONNELLES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hiérarchie : <ul style="list-style-type: none"> - directeur de l'établissement - directeur de restauration • Relations fonctionnelles : <ul style="list-style-type: none"> - Directeur de ... - Chef barman - 1^{er} barman - Barman - Commis de bar - Apprentis/stagiaires 	<p>COMMANDEMENT EXERCÉ PAR LE TITULAIRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sur l'ensemble du personnel du bar dans ses tâches de service • Sur l'ambiance créée dans le service • Sur le contact avec la clientèle <p>CONDITIONS DE TRAVAIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jour de repos : le ... • Période de vacances : hors saison, du ... au ... • Lieu de travail : bar et annexes
<p>HISTORIQUE DU POSTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Date de création : à l'ouverture du bar • Pré-occupant : changement d'établissement 	<p>DOCUMENTS ET/OU MATÉRIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> • État des réservations • Statistiques diverses • Demandes d'achats • Carnets de bons divers • Etc.
<p>RESPONSABILITÉS DU TITULAIRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenue et comportement du personnel du bar • Qualité du service • Chiffre d'affaire du bar 	<p>RELATIONS PROFESSIONNELLES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation aux réunions des chefs de service et aux cercles de qualité.
<p>ACTIVITÉS ET TÂCHES DU POSTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueil : <ul style="list-style-type: none"> - Accueille et place les clients - Accueille et prend en charge les VIP - Intervient dans les cas litigieux • Fonctions administratives et financières : <ul style="list-style-type: none"> - Organise son service - Fixe les horaires de travail et les jours de repos - Fixe les fonctions de son personnel - Établit les diverses statistiques • Fonctions commerciales <ul style="list-style-type: none"> - Met en place avec le directeur commercial une politique de vente • Recrutement, gestion et formation du personnel <ul style="list-style-type: none"> - Détermine les effectifs - Donne son avis sur les candidatures - Contrôle l'activité de son personnel - Perfectionne les anciens en vue d'une promotion interne - Organise des réunions d'informations • Coordination entre les services 	<p>REPLACEMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absence du titulaire : 1^{er} barman • Absence du 1^{er} barman : directeur de ... <p>EXIGENCES DU POSTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formation : diplôme hôtelier + MC et/ou BP barman • Connaissances : 2 langues vivantes dont l'anglais • Temps d'adaptation : ... semaines ou mois • Expérience : 1^{er} barman – Étranger... <p>ÉVOLUTION DE CARRIÈRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Même poste dans un autre établissement • Directeur de restauration ou des ventes <p>RENSEIGNEMENTS DIVERS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Date de réalisation de la fiche : ... • Date de mise en application : ... • Nom de la personne concernée : ...

LE BARMAN : « UN MANAGER »



LES QUALITÉS DU RESPONSABLE

PRINCIPES	MARCHE À SUIVRE
La chose la plus importante dans votre établissement est une chaise ou un tabouret vide.	Il faut être créatif et regarder comment cela se passe autour. Prendre les idées importantes et faire des efforts de communication externe.
La formation continue de ceux qui vous aident est importante.	Vous pouvez avoir le meilleur produit du monde mais si vous ne pouvez pas le vendre, il vous restera sur les bras.
Vos collaborateurs doivent connaître les différents comportements.	Regarder. Sourire. Parler, communiquer. Remercier.
Ajouter des animations à vos propositions pour mieux vendre votre carte.	Proposer chaque jour une suggestion attirante. Être le garant des habitudes de vos clients. C'est votre originalité qui fera la différence. Soyez créatif.
Ne pas oublier que nous sommes des acteurs. Le bar est notre scène. Restez professionnel et concentré.	Les clients sont attentifs. Ils noteront tout problème dans votre regard ou façon de vous comporter.
Votre personnel doit pouvoir s'autoévaluer.	Ce qui peut être évalué doit être fait. Afficher les résultats. Récompenser les performances atteintes.
Apprenez chaque jour quelque chose de nouveau.	La formation continue apporte le profit. Les réunions quotidiennes apportent des objectifs. Tenir compte des messages écologiques.
Appeler le client par son nom.	Pour offrir un service de qualité. Pour vendre mieux.
Attention à traiter votre équipe comme vos clients.	Deux termes s'imposent : respect et reconnaissance.

LA VENTE AU BAR

Quelles sont les attentes des clients ?

Le carré d'as :

- Un accueil souriant.
- Une ambiance sympathique.
- Une consommation savoureuse.
- Une addition sage.

Mais les clients veulent également :

- Du plaisir, de la détente, de l'évasion, de bons produits, un certain « cocooning », un conseil dans leur choix.

Car ce client moderne :

- Gère son temps, son argent.
- C'est un zappeur, un caméléon.
- Il est exigeant, expert aussi.

Le chiffre d'affaire de l'entreprise et donc son profit passe entre autre chose par :

- L'accueil de nouveaux clients.
- La fidélisation des anciens.

Le client est devenu un « consomm-acteur »

Les métiers de la salle sont avant tout des métiers d'accueil et de vendeurs, on ne le répétera jamais assez.

Sachant que les 5 premières minutes de communication entre le vendeur et le client vont conditionner l'ensemble d'une prestation, nous définirons d'abord les éléments qui nous permettent de communiquer, comment soigner l'accueil du client puis nous approfondirons les différentes étapes d'une vente au bar.

Les éléments de communication du personnel

Communiquer avec une autre personne ne se limite pas à échanger des paroles. Notre attitude, nos gestes et notre présentation sont des éléments tout aussi importants que les éléments verbaux (voir tableau page suivante).

L'infrastructure du bar est tout aussi importante que le personnel : pas d'odeurs, des locaux propres, une façade gaie, des menus bien présentés, des éléments de décors, etc.

L'accueil du client

Dès que le client se présente, il faut absolument le regarder (signe de reconnaissance) et lui sourire. Même si vous êtes débordé, il sera plus enclin à attendre d'être pris en charge.

Les phases de l'accueil :

- Les mots de bienvenue : « Bonjour Madame, bonjour Monsieur ».
- Vérifier si le client a une réservation : un client qui a réservé doit avoir le sentiment qu'il est attendu.
- Le conduire à sa table : ne pas dire « Suivez-moi. » mais « Je vais vous conduire à votre table. ».
- Tirer les chaises pour les dames.
- Vérifiez que la table convient : « Cette table vous convient-elle ? ».
- Présenter la carte aux dames en premier.
- Respecter les règles de préséance et les différences d'âge.

Les étapes de la vente

On pourrait résumer la vente en 3 étapes principales :

Écouter → Conseiller → Conclure

1. Écouter

C'est une phase primordiale qui consiste à écouter les besoins du client pour analyser ce qu'il demande afin de lui offrir la prestation qui correspondra le mieux à ses attentes. Chaque client a ses propres besoins qui peuvent varier selon le caractère (client nerveux, client lymphatique), l'heure et le type de repas qui va suivre (les besoins ne sont pas les mêmes pour un déjeuner d'affaires et pour un dîner d'agrément).

Écouter, ce n'est pas simplement laisser parler le client, c'est prêter attention et comprendre ce qu'il demande en le reformulant. Un client qui est écouté est un client qui est mis en confiance et qui est compris. Ex : « Très bien Monsieur, si j'ai bien compris... ». Il faut aussi savoir observer son client pour mieux le situer et s'adapter à ses besoins : âge, situation sociale, personnalité, etc.

PRÉSENCE DU BARMAN	
Tenue vestimentaire	Des vêtements propres, repassés et adaptés, ils transcrivent notre personnalité.
Tenue corporelle	Cheveux bien taillés et coiffés, ongles propres, barbe rasée, etc.
Attitude	S'appuyer sur les tables ou les murs ne sont pas des signes de dynamisme.
Sourire	C'est une évidence pour nos métiers, celui-ci doit être naturel et montrer au client que l'on est réellement content qu'il ait retenu notre établissement.
Gestes	Pas de grands gestes brusques, ils doivent soutenir la parole et l'accompagner. Il faut éviter les bras croisés. Les bras ouverts sont un signe positif d'accueil.
Regard	Regarder un client, c'est établir un premier contact avec lui, c'est le reconnaître : « <i>Je vous ai vu et je m'occupe de vous dans les plus brefs délais</i> ».
Ton	Il faut employer un ton adapté aux circonstances. À l'accueil, le ton se devra d'être chaud et rassurant (avec une « note » vocale plus basse). Pour une prise de commande, le ton se devra d'être convaincant.
Débit	Nous ne prenons plus le temps de parler, c'est un constat général. Pourtant, la compréhensibilité d'une phrase repose sur un débit lent (mais qui n'est pas monotone) et une bonne articulation.
Vocabulaire	Au restaurant, nous devons utiliser un vocabulaire simple, correct et compréhensible par tous. Évitez de prendre les clients pour des professionnels de notre métier : boston, squeezer, jigger et autres termes technologiques sont inconnus pour la clientèle, ne les employons pas sans les décrire ou dans le seul but de valoriser nos compétences. Certains mots sont dangereux pour la vente : <ul style="list-style-type: none"> • les mots négatifs : <i>Non, je ne peux pas, impossible, etc.</i> • les mots agressifs : <i>Je vais vous démontrer que..., cela fait 10 ans que je fais ce métier..., etc.</i> • les diminutifs et superlatifs : <i>Un petit café ?..., J'ai une super promotion sur..., etc.</i>

2. Conseiller et argumenter : s'engager personnellement

Argumenter, c'est valoriser un produit ou un service dans le but de le faire correspondre aux désirs du client. Pour construire un argumentaire, pour valoriser un produit, il faut observer les règles suivantes :

- **Bien connaître le produit pour lequel on doit argumenter.**
- **Utiliser un vocabulaire adapté.**
- **Ne pas vendre un prix** (un prix seul ne se vend pas et ne constitue pas un argument de vente).
- **Valoriser le produit par ses qualités** : « *Ce cocktail est frais, rafraîchissant...* ».
- **Toujours parler au présent**, il faut éviter de parler au futur ou au conditionnel.

IL N'Y A PAS DE PETITS CLIENTS

Le client qui prend une prestation simple aujourd'hui sera peut-être le client important de demain.

Quelques recommandations

Éviter de noyer le client avec trop d'offres orales : le client mémorise facilement trois ou quatre offres, mais au-delà, cela semble plus confus pour lui.

Vous pouvez utiliser **l'argumentation interrogative**. Au lieu de dire au client « *Ce cocktail plaira davantage aux dames* », questionner le client : « *Ne pensez-vous pas que ce cocktail parfumé plaira aux dames ?* »

Ne pas hésiter, quand cela est possible, à montrer le produit.

3. Conclure

Suite à votre argumentaire, le client est d'accord avec vous et vous devez conclure au moment où vous observez un signal de la part du client tel que :

- **un changement d'attitude** : le client se détend sur sa chaise,
- **une question** : « Si je prends ce que vous me conseillez, ce ne sera pas trop long ? ».
- **une réflexion** : « Ça n'a pas l'air mal ce que vous me conseillez, je vous fais confiance... » (ne jamais trahir la confiance du client).

Quitter le client **en le rassurant sur son choix**.

Vendre, c'est céder un produit, échanger, négocier. La vente, c'est placer un produit. Le vendeur est un attaché commercial, un commerçant.

V	<p>VIVACITÉ S'intéresse à ce qu'il fait. S'implique et s'applique. De par cette démarche, il inspire confiance au client.</p>
E	<p>ÉCHANGE Entre lui et son convive, pour mieux découvrir ses besoins et les analyser.</p>
N	<p>NÉGOCIATEUR Avec une bonne élocution, une certaine facilité d'expression, il aboutit à ses fins avec élégance.</p>
D	<p>DISPONIBLE Ne pas se montrer trop pressé. Prendre tout son temps pour mieux vendre.</p>
E	<p>ÉCOUTER Être bien à l'écoute de son client pour être capable de développer après coup, une argumentation précise.</p>
U	<p>UTILISER :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un vocabulaire suggestif, riche, original. • clair, précis, simple, qui puisse être compris par tous. • affirmatif : partir du principe que le client acceptera les propositions. • une attitude physique : utiliser le regard, le sourire, les gestes, supprimer les manies et les tics.
R	<p>RELATION COMMERCIALE A pour but de concrétiser les désirs du client par un consensus entre les deux parties.</p>

LA PSYCHOLOGIE DU BARMAN

Dans sa fonction, le barman se doit d'être agréable, prévenant et de toujours garder son calme avec ses clients, même dans des situations quelquefois anormales.

Il dispose de peu de temps pour :

- **situer un nouveau client qu'il vient d'accueillir dans son établissement,**

- **connaître sa nationalité, son rang social,**
- **connaître ses goûts pour le cocktail qu'il va pouvoir lui conseiller.**

C'est pourquoi certaines situations inconfortables peuvent apparaître. Il faut anticiper et trouver des solutions. En voici, sous forme d'étude de cas particuliers, quelques exemples :

DESCRIPTION DE SITUATION 1	Un client entre dans un établissement dans un état d'ébriété avancé. Le barman ne s'aperçoit pas immédiatement de son état.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 2	Un client qui a un peu trop bu importune un autre client.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 3	Le client dans sa conversation parle politique et insiste.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 4	Le client demande un cocktail qui n'est pas à la carte.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 5	Le client est seul, il cherche de la compagnie et demande au barman comment passer la soirée.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 6	Un groupe de clients cherche un endroit sélect pour un dîner.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 7	Une cliente commande une bouteille de champagne à monter en chambre. Le barman la lui sert et se retrouve nez à nez avec la cliente qui lui fait des avances.
Que feriez-vous ?

DESCRIPTION DE SITUATION 8	Vous êtes commis de bar et votre petite amie, la fille du patron, vous propose un arrangement afin de prendre un poste plus important.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 9	Un client se trouve mal, il faut agir.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 10	Des clients viennent de régler leurs consommations et s'en vont en laissant 10€ de pourboire sur la table. La salle est bondée et d'autres clients arrivent, s'installent et empochent discrètement les 10€. Vous avez remarqué le subterfuge.
Que feriez-vous ?
DESCRIPTION DE SITUATION 11	Un client renverse par inadvertance la boisson qu'il a commandée sans y avoir touché.
Que feriez-vous ?
SITUATION 1 Comportement attendu	Ne pas le brusquer, le raisonner et le convaincre qu'il a assez bu.
SITUATION 2 Comportement attendu	Lui expliquer que sa présence n'est pas souhaitée, qu'il doit terminer sa consommation et quitter les lieux.
SITUATION 3 Comportement attendu	Respecter son point de vue même si ce n'est pas le vôtre.
SITUATION 4 Comportement attendu	Si ce cocktail n'est pas connu de vous ou de votre équipe, lui en demander la recette, le réaliser et lui facturer comme cocktail création.
SITUATION 5 Comportement attendu	Lui citer deux ou trois adresses de discothèques ou autres où il pourra passer une excellente soirée
SITUATION 6 Comportement attendu	Donner quelques pistes, adresses connues. Le barman se doit de connaître les restaurants à la mode, leur prix, s'intéresser à l'actualité...
SITUATION 7 Comportement attendu	Dans un hôtel, le barman peut être appelé à servir aux étages. Il doit éviter de se mettre dans des situations ambiguës qui pourraient lui coûter sa place.
SITUATION 8 Comportement attendu	Il est de bon ton de ne pas mélanger vie privée et vie professionnelle, afin de ne froisser personne en profitant d'opportunités hiérarchiques.
SITUATION 9 Comportement attendu	L'idéal serait de mettre en pratique des notions simples de secourisme, cependant tout le monde ne peut le faire. Il est donc urgent de prévenir les secours afin que tout aille pour le mieux.
SITUATION 10 Comportement attendu	S'expliquer à l'écart de la salle, avec diplomatie et suivant les réactions, facturer un supplément de la même somme au client.
SITUATION 11 Comportement attendu	La lui remplacer sans discuter. En plus de lui faire plaisir, vous faites un geste commercial qui peut vous rapporter d'autres consommations.

LES BUFFETS ET PRODUITS SOLIDES SERVIS AU BAR

Baptêmes, communions, mariages, inaugurations, réceptions d'affaires prennent souvent la forme pratique d'un buffet. Il en existe plusieurs sortes : le buffet lunch (debout ou assis), dînatoire (remplaçant souvent un repas), campagnard, barbecue, à thèmes et ceux qui intéressent le plus souvent le domaine du bar.

1. Le buffet présentation



2. Le buffet cocktail

Toutes les occasions sont un prétexte et les relations publiques en fournissent de nombreuses (visites d'entreprises, départs à la retraite, anniversaires, lancement de nouveaux produits,...). La réussite des buffets cocktails contribue à l'image des marques.

On organise également des cocktails chez soi, entre amis à l'issue d'un spectacle ou simplement par souhait de passer un moment ensemble autour de boissons et d'amuse-bouche.

Les mini-pâtisseries et charcuteries prennent ici tout leur sens. Champagne, porto, whisky, vin blanc et rouge, jus de fruits sont les boissons de prédilection de ces réunions, simples et conviviales.

L'organisation matérielle du buffet cocktail

La salle

Elle doit être choisie en fonction du nombre de convives, sachant que chaque personne occupe 1 m². Il est bon de prévoir quelques sièges suivant le thème de la prestation et le nombre de personnes âgées. Des consoles disposées çà et là serviront de débarrasage. Décoration et musique seront les bienvenues.

Le buffet lui-même

Sa longueur varie suivant le nombre de convives. Prévoir 2 m pour 15 à 20 personnes.

Sa forme est adaptée à la surface de la salle et à l'importance de la réception. On peut disposer plusieurs pôles dans la salle afin de faciliter le réapprovisionnement et d'éviter les bousculades. Le buffet peut prendre toutes les formes et allier les rectangles, les ronds et les triangles.

Généralement nappé droit ou juponné, il peut utiliser des tissus variés (papier, coton,...).



Le matériel

Sa quantité est calculée en fonction du nombre de clients et des boissons servies.

Les boissons

On compte en moyenne 25 cl par personne. Les boissons sont très variées : champagne, cup bien élaboré peut remporter la primeur, boissons sans alcool.

Les mets solides

- Ils sont le complément incontournable du buffet cocktail.
- Ils peuvent être salés ou sucrés, chauds ou froids ou bien les deux.
- Consommés à la main, il faut compter entre 5 et 8 canapés par personne (2/3 canapés salés, 1/3 canapés sucrés).

Les canapés peuvent être de différentes natures : charcuteries, poissons et fruits de mer,...



Il est utile de suivre l'évolution des goûts de la clientèle et de lui proposer des assortiments novateurs. De nombreux prestataires modifient leurs propositions et offrent une composition de verrines de toutes sortes.

Quelques propositions pour le service Boissons

Proposition 1 <ul style="list-style-type: none"> • Tout au champagne : 90 % • Jus de fruits divers : 10 % • Eau plate ou gazeuse 	100 pers	On prévoit : <ul style="list-style-type: none"> • 120 flûtes à champagne • 30 tumblers • 30 verres à eau
Proposition 2 <ul style="list-style-type: none"> • Kir : 60 % • Cup au choix : 30 % • Jus de fruits divers : 10 % • Eau plate et gazeuse 	100 pers	On prévoit : <ul style="list-style-type: none"> • 90 verres à vin • 50 tumblers • 30 tumblers • 30 verres à eau
Proposition 3 <ul style="list-style-type: none"> • Cup au crémant : 50 % • Cup au choix : 30 % • Cup sans alcool : 10 % • Whisky et anisés : 10 % • Eau plate et gazeuse 	100 pers	On prévoit : <ul style="list-style-type: none"> • 70 flûtes • 50 VAC (verres à cocktails) • 30 tumblers • 20 old fashioned et 20 tumblers • 30 verres à eau

À chaque fois, les quantités sont majorées afin d'éviter la rupture possible de verrerie.

Il ne faut pas oublier d'évaluer le matériel de service tel que : serviettes en papier, cups, seaux à glace, pinces à glace, pichets pour le jus de fruit, plateaux de service, chalumeaux,...

Afin de s'adapter au rythme de vie de la clientèle, tout en dégagant du chiffre d'affaires, les bars sont de plus en plus souvent amenés à servir une « petite restauration ».

Voici quelques accords amuse-bouche/apéritifs :

- pistaches + tout apéritif
- toasts au foie gras + champagne
- amuse-bouche épicés + boissons anisées
- poisson + gin
- maïs grillé, amandes fumées + whisky
- maïs au chili, chips mexicaines, tapas + tequila
- noix de cajou, cacahuètes, fruits exotiques + rhum
- toasts au saumon fumé, aux œufs de lumps, au caviar + vodka
- cacahuètes, noix de cajou + vermouth.

Présentation d'une mini-carte de « snack » comportant des mets comme :

**Terrine de foie gras de canard,
chutney de coing**

**Ceviche de daurade
aux petits condiments**

**Frisée aux lardons et
œuf poché meurette**

**Sandwich au bœuf sauté,
salade croquante**

Club sandwich saumon fumé

Club sandwich végétarien

Baba au vieux rhum

Tarte au citron meringuée

Tarte tropézienne

QUELQUES TERMES PROFESSIONNELS DU BAR

BIANCO

Se dit d'un vermouth blanc doux.

CUP

C'est autant une coupe à punch qu'une famille de cocktail.

DRY

Sec (traduction anglaise).

FRAPPER

Action de refroidir un cocktail au shaker.

FRAPPÉE

Boisson généralement servie dans un tumbler et accompagnée de glace pilée et d'une paille.

GIVRER

Ce peut être à la fois :

- mettre un verre au froid en le plaçant au congélateur,
- refroidir un verre en y mettant des glaçons,

- déposer du sel ou du sucre sur la collerette du verre de certains cocktails.

Ce dernier type de givrage peut tout aussi bien se faire avec une couleur neutre ou une couleur vive. Il suffit alors de tremper le

verre dans un produit coloré (ex. : grenadine, fraise, curaçao bleu ou du sucre teinté...).

Pour des raisons de confort de dégustation, il est conseillé de ne givrer que la moitié du verre.



MESURE

Terme employé pour désigner une dose de produit (cette dose correspond à 4 cl).

MUSCADER

Action de râper de la noix muscade sur la surface d'un cocktail (ex. : Porto Flip).

PASSER ou FILTRER

Faire couler un cocktail à travers une passoire. Certaines créations nécessitent une double filtration.

PILER

Écraser un sucre ou un autre ingrédient dans un verre avec le pilon de la cuillère à mélange.

PRESSER

Extraction du jus d'un fruit mais également de « l'expression » des pectines d'un zeste d'agrumes entre les doigts. Par mesure d'hygiène, on exprimera un premier zeste et l'on en rajoutera un autre comme décoration du cocktail (ex. : Dry Martini).

RAFRAÎCHIR

Action de refroidir un mélange au verre à mélange aux 2/3 rempli de glace.

REMUER

Mélanger pendant quelques secondes les éléments facilement miscibles d'un cocktail, que ce soit au verre à mélange ou en direct.

SHAKER

Refroidir énergiquement un cocktail au shaker, durant une dizaine de secondes, afin d'obtenir un mélange homogène et frais.

SODA

C'est à l'origine de l'eau gazéifiée à l'aide d'un siphon, appelée « eau de Seltz ». C'est de nos jours de

l'eau gazeuse conditionnée en bouteille (ex. : Perrier). Ce produit est utilisé pour « compléter » un cocktail long drink.

TRAIT ou DASH

Action de verser quelques gouttes d'un produit dans un cocktail (ex. : Angostura).

ZESTES

Lamelles prélevées sur la peau des agrumes ou des légumes (concombre) et exprimées au-dessus du verre d'un cocktail afin d'en extraire les essences.



LE PRINCIPE HACCP APPLIQUÉ AU BAR

L'objectif de ce principe est de maîtriser les risques, pour assurer la qualité sanitaire des produits servis. Cette mesure est fortement recommandée dans le cadre de la directive Européenne 93/43/CEE sur l'hygiène des denrées alimentaires. Elle a été retenue au niveau international comme base de toute discussion sur la sécurité des aliments.

La méthode HACCP permet :

- d'identifier et d'analyser les dangers associés aux différents stades du processus de production d'une denrée ou d'une boisson,
- de définir les moyens de maîtriser ces dangers,
- de s'assurer que ces moyens soient mis en œuvre de façon effective et efficace.

Elle ne permet pas d'éliminer tous les dangers mais les limite fortement.

HACCP

“Hazard Analysis Critical Control Point”

Analyse des dangers -
points critiques pour leur maîtrise.

Voici 7 des principes HACCP

Analyse des dangers

Identification des dangers à tous les stades de la vie du produit.
Évaluation de la probabilité d'« apparition » des dangers.
Identification des mesures utiles à la prévention de ces dangers.

Détermination des points critiques

Détermination, parmi les dangers, des points « critiques » pour leur maîtrise.

Spécification des critères de maîtrise

Établissement des valeurs et tolérances qui permettent de contrôler le point critique.
Mise en place d'un système de surveillance pour la surveillance des points critiques.

Action corrective

Mise en place d'une action corrective
lorsque la surveillance indique qu'une opération n'est pas maîtrisée,
par non respect des critères, malgré la surveillance.

Documentation

Établissement d'un système d'enregistrement qui permet de gérer les documents HACCP.

Procédure de vérification, validation

Établissement des procédures de validation du bon fonctionnement
du système HACCP dans son ensemble.

L'application de ce système au bar se concrétise par :

Une bonne qualité des produits :

- utilisation de produits frais,
- stockage de ces produits dans des conditions adaptées,
- maîtrise des DLC* et DLUO* des produits.

Une bonne hygiène :

- corporelle,
- vestimentaire,
- propreté et bonne qualité du matériel,
- conception et propreté des locaux.

Une lutte anti-bactérienne bien menée :

- Au niveau du personnel :
 - lavage des mains régulier,
 - pas de bijoux, d'ongles sales et de cheveux longs,
 - prévoir une trousse de pharmacie avec pansements étanches.
- Au niveau des locaux :
 - nettoyer après chaque service les surfaces du bar,
 - utiliser les produits d'entretien appropriés pour la désinfection.
- Au niveau du matériel :
 - nettoyer après chaque utilisation,
 - gérer le niveau de détérioration (vétusté).

La mise en place d'un plan de nettoyage du bar

MATÉRIEL	FRÉQUENCE
Tables de salon	Après chaque utilisation
Comptoir du bar	Après chaque utilisation
Matériel de conception des cocktails, shaker...	Après chaque utilisation
Verrerie	Après chaque utilisation
Étagères	Une fois par semaine
Appareils de froid	Une fois par mois
Éviers	Après chaque service
Offices	Après chaque service

* DLC : Date Limite de Consommation.

* DLUO : Date Limite d'Utilisation Optimale.

Exemple
Plan de nettoyage et de désinfection
enregistrement du contrôle visuel de l'efficacité du nettoyage

Semaine du/...../..... au/...../.....

BAR et ANNEXES

	Lundi		Mardi		Mercredi		Jeudi		Vendredi	
	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi
Responsable										
Zones et matériel										
SALLE BAR (clients)										
1. Tables et sièges										
2. Buffets										
3. Plantes, fleurs										
4. Décoration diverse										
5. Vitrines exposition										
6. Sol										
7. Mur										
BAR (comptoir)										
1. Plan de travail, comptoir										
2. Bac de lavage fixe										
3. Support poubelle										
4. Robinet douchette										
5. Placards sous postes										
6. Sol										
7. Mur										
MACHINE À VERRES										
1. Extérieur inox										
2. Intérieur										
3. Vider										
4. Nettoyer										
ÉTAGÈRES - PLACARDS										
1. Dessus - extérieur										
2. Dessous - intérieur										
3. Propres et rangés										
4. Nettoyage bouteilles										
OFFICE BAR										
1. Porte rack rangé										
2. Douchette										
3. Bacs de lavage propres										
4. Poubelles propres										
5. Sol, mur										

CODE : S pour satisfaisant

NS pour non satisfaisant

DATE	PROBLÈMES RENCONTRÉS	ACTIONS CORRECTIVES	SIGNATURE