

Campanile renforce son engagement en faveur d'une alimentation plus responsable et mobilise tous ses hôtels en France lors d'un mois dédié à la gastronomie durable

Engagée depuis plusieurs années en faveur d'une gastronomie responsable, Campanile, marque historique de Louvre Hotels Group, mobilise ses collaborateurs, partenaires et clients afin de mettre à l'honneur l'alimentation durable dans ses hôtels en France. Alors que la journée mondiale de la gastronomie durable est prévue le 18 juin, Campanile a décidé en 2023 d'accentuer son discours et ses initiatives autour de cette thématique sur l'ensemble du mois de juin.



Ce « Mois de la Gastronomie Durable » s'inscrit dans la volonté de Campanile de sensibiliser ses clients à l'impact que peut avoir le contenu de leur assiette, aussi bien sur leur santé et leur bien-être que sur l'environnement. Cette démarche engagée fait ainsi la promotion d'une cuisine saine, gourmande et soucieuse de son impact écologique.

Célébrer la gastronomie durable tout au long de la journée

Ce mois dédié à la Gastronomie Durable est décliné dans tous les restaurants Campanile de France du 1^{er} au 30 juin. C'est l'occasion pour la marque de sensibiliser ses clients de façon ludique aux alternatives qui s'offrent à eux pour adopter une alimentation plus responsable. Cela passe par la sensibilisation à la saisonnalité, les actions anti-gaspillage ou encore la consommation réduite de protéines animales.

A travers cette opération, l'enseigne créatrice de bons moments prévoit ainsi différents temps forts au cours de la journée. Le petit-déjeuner met l'accent sur des produits français ou régionaux, de saison,

bio ou encore sans gluten. Le déjeuner et le dîner quant à eux, mettent à l'honneur les légumineuses grâce à des recettes gourmandes et durables, accompagnées d'animations pédagogiques.

Campanile encourage également les équipes sur le terrain à organiser différentes activités récréatives au cours de la journée. Parmi les animations pendant les repas, on retrouve des quiz courts, des jeux de cartes sur le thème de la gastronomie durable ou encore d'autres divertissements tels que des jeux d'éducation sensorielle.

Promouvoir le consommer mieux

Campanile travaille déjà depuis plusieurs années à la mise en place et promotion de bonnes pratiques qui s'appliquent à la fois sur ses activités d'hébergement et de restauration. Cet engagement de la marque pour une cuisine durable repose notamment sur des achats raisonnés qui privilégient les approvisionnements locaux et les produits de saison, sans pour autant faire fi de la gourmandise.

Une des illustrations de cet engagement est l'importance que les restaurants Campanile attachent à la valorisation des produits régionaux ou français. L'ensemble des pains et viennoiseries servis sont ainsi fabriqués à partir de farines françaises tout comme 100% des viandes proposées à la carte sont d'origine française. En outre, la carte des restaurants respecte la saisonnalité des produits et change donc 4 fois par an, à chaque saison.

Des partenariats périodiques ou de long terme sont noués avec des producteurs locaux à l'image de celui conclu avec Les 2 Marmottes, qui propose des tisanes produites en Haute-Savoie ou encore Petit Côté, première marque de pâtisseries à base de légumes et fabriquées en France.

La sensibilisation est également un élément clé de l'expérience Campanile. Aussi, les équipes de cuisine sont formées au mieux manger, afin qu'elles proposent des repas à la fois gourmands et respectueux de l'environnement. En 2022, l'enseigne a même lancé son propre module de formation en partenariat avec La Source, école spécialisée dans la cuisine durable. Les collaborateurs ont pu s'initier à la lutte contre le gaspillage, aux alternatives aux protéines animales et à la végétalisation de l'assiette.

Au-delà des engagements vers l'amont des filières et la formation, la marque a aussi instauré une politique de lutte contre le gaspillage alimentaire. Le partenariat de Louvre Hotels Group avec Too Good To Go a d'ailleurs permis de sauver près de 30 000 paniers en 2022, soit l'équivalent de 74 tonnes de CO2 ou 883 vols Paris/New-York.

« Nous sommes fiers de lancer le mois de la gastronomie durable pour la première fois en France ; cet évènement est l'occasion de sensibiliser nos clients de manière ludique aux enjeux d'une consommation plus raisonnée, pour qu'ils puissent se faire plaisir tout en maîtrisant leur impact sur l'environnement et leur santé. » déclare Christophe Macedo, Directeur de la restauration de Louvre Hotels Group.

« Alors que la journée mondiale de la gastronomie durable a lieu le 18 juin, nous sommes ravis de dédier un mois complet à cette thématique pour mobiliser à la fois nos établissements Campanile en France et nos clients. Ces quatre semaines nous permettent également de valoriser l'ensemble de nos engagements depuis de nombreuses années en matière d'alimentation durable et d'achats responsables. » déclare Marie Nonell, Directrice RSE de Louvre Hotels Group.

A propos de Louvre Hotels Group

Louvre Hotels Group est un acteur majeur du secteur de l'hôtellerie mondiale, dont le portefeuille compte aujourd'hui environ 1 700 hôtels dans 60 pays. Il dispose d'une offre hôtelière complète de 1 à 5 étoiles avec les marques historiques de Louvre Hotels Group : Première Classe, Kyriad, Kyriad Direct, Campanile, Tulip Inn, Golden Tulip, Royal Tulip ; les 5 marques du réseau Sarovar en Inde et le groupe Hôtels et Préférence. Le groupe a également un accord de distribution avec Lucien Barrière.

Louvre Hotels Group est une filiale de Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., 2ème groupe hôtelier mondial.