

Communiqué de presse

Le guide de la
gastronomie
durable

Des conseils pratiques et
un outil d'auto-évaluation
pour accompagner les
professionnels vers une
gastronomie sucrée plus
durable



VALRHONA

Imaginons le meilleur du chocolat*



Le Guide de la gastronomie durable

DES CONSEILS PRATIQUES ET UN OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION POUR ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS VERS UNE GASTRONOMIE SUCRÉE PLUS DURABLE

Engagée en faveur d'une gastronomie créative et responsable, Valrhona a développé des outils inédits à destination des professionnels de la gastronomie afin de les guider vers des pratiques plus durables. Prenant la forme d'un guide et d'un outil d'auto-évaluation, tous deux disponibles gratuitement, ils ont pour vocation de les accompagner dans leur transition vers une démarche plus responsable, en leur apportant un cadre cohérent de bonnes pratiques.

“VERS UNE GASTRONOMIE DU BON, DU BEAU ET DU BIEN”

Une triple menace pèse sur le climat, la biodiversité et la santé publique à laquelle l'alimentation contribue fortement. L'univers de la gastronomie sucrée ne fait donc pas exception et se heurte, elle aussi, à des difficultés spécifiques en matière de durabilité. Afin de répondre aux interrogations de la part des professionnels du secteur, Valrhona, dont la mission d'entreprise est « Ensemble, faisons du bien avec du bon », a élaboré deux nouveaux outils, développés par et pour eux. Ils offrent un cadre cohérent de bonnes pratiques, de nombreux conseils et pistes de réflexion ainsi que des témoignages de chefs pour tendre vers des usages plus durables.

Deux outils innovants, pour un monde de la gastronomie sucrée plus durable

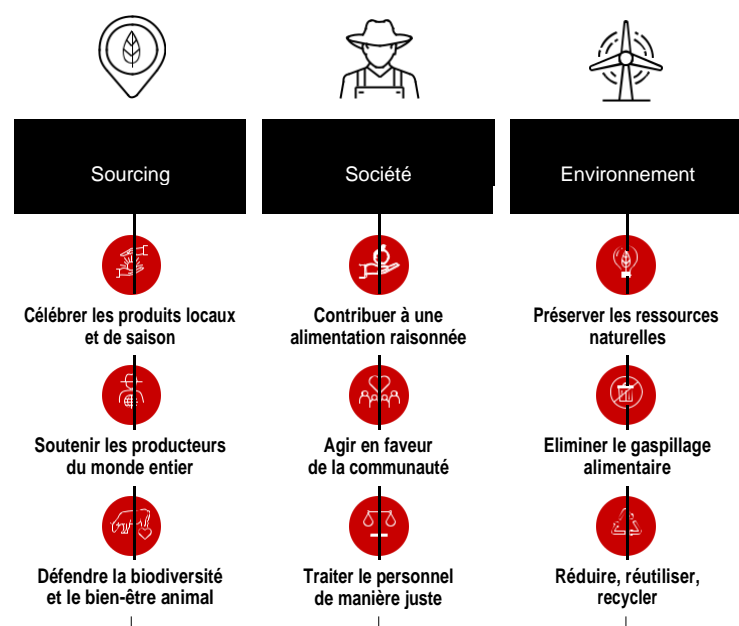
En collaboration avec Food Made Good, le Programme de la Sustainable Restaurant Association le plus reconnu en matière de durabilité, Valrhona a mis au point des outils concrets à destination des professionnels, prenant la forme d'un guide et d'un outil

d'auto-évaluation. L'objectif de la Maison ? Accompagner les professionnels, clients ou non, à comprendre les enjeux de leurs métiers, pourquoi ils sont importants, pour ensuite porter un regard critique sur leurs actions.

LE GUIDE

intitulé « Vers une gastronomie du bon, du beau et du bien », il décrit les problématiques principales auxquelles le secteur fait face, illustrées de chiffres clés, apportant aux chefs et professionnels de divers horizons les informations essentielles pour comprendre ces enjeux et des clés pour agir et impulser des changements positifs à leur échelle. Il constitue un référentiel de pratiques durables, reposant sur 3 piliers principaux : le sourcing, la société et l'environnement.

Le guide définit les bonnes pratiques à adopter dans la gastronomie sucrée, les points de vigilance à observer et a pour objectif de poser des jalons pour évoluer vers une démarche plus responsable.



Pour chacun de ces 3 piliers, les enjeux et l'importance de ces derniers sont clairement définis et illustrés d'exemples concrets :

Sourcing

Soutenir les producteurs du monde entier

LES ENJEUX

La pâtisserie et les desserts ont très largement recours à des ingrédients venant des quatre coins du monde tels que le cacao, la vanille et le sucre, mais aussi les fruits exotiques comme la mangue, les fruits de la passion et les agrumes. Ces produits étant souvent cultivés dans des pays en développement, il peut être difficile de connaître leur provenance exacte ou la façon dont ils ont été cultivés.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

* S'approvisionner à l'étranger en denrées telles que le cacao, la vanille, le sucre et les fruits peut poser des soucis de transparence (visibilité sur la chaîne d'approvisionnement), sans oublier les questions sociales (droits des travailleurs et conditions de travail) et le respect des normes environnementales (pratiques de culture et d'élevage).

* La vente de ces produits ne procure qu'un faible revenu aux producteurs en comparaison du prix payé par le consommateur final. Et pourtant les producteurs méritent d'être rémunérés équitablement pour leurs produits. Lorsque cela est le cas, les producteurs sont à même d'améliorer les pratiques sociales et environnementales au sein de leur exploitation.

* Une entreprise responsable doit savoir d'où viennent les ingrédients qu'elle utilise, comment ils ont été produits, et acheter de manière à soutenir le développement économique de producteurs à travers le monde.

LES ENJEUX

La pâtisserie et les desserts ont très largement recours à des ingrédients venant des quatre coins du monde tels que le cacao, la vanille et le sucre, mais aussi les fruits exotiques comme la mangue, les fruits de la passion et les agrumes. Ces produits étant souvent cultivés dans des pays en développement, il peut être difficile de connaître leur provenance exacte ou la façon dont ils ont été cultivés.

Les petits producteurs jouent un rôle crucial dans la production alimentaire mondiale, malgré les difficultés constantes qu'ils rencontrent pour accéder aux terres et à d'autres ressources de production. Dans la plupart des pays, leurs revenus ne représentent même pas la moitié de ceux des grands producteurs².

2. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/goal-02/>

Pour chaque thématique abordée (sourcing, société et environnement), des études de cas et témoignages de professionnels du monde entier viennent compléter le référentiel :



“Pour nous, il est très important que nos collaborateurs partagent nos valeurs. Il est de notre responsabilité lors de l'embauche d'une nouvelle personne d'échanger sur les valeurs de l'entreprise. Nos valeurs sont à la fois écologiques et sociales. Par exemple, nous couvrons également les frais de transport public car nous préférons que notre personnel évite de venir travailler en voiture (quand cela le permet).”










Franck MOULARD
Chef pâtissier & Propriétaire Libert Art
Annecy, France



Enfin, plusieurs check-lists de pratiques durables sont disponibles en conclusion de chaque thématique et à la fin du guide. Faciles à utiliser, elles reprennent les principaux points à retenir pour instaurer de nouveaux usages au sein de son établissement.

Check-list de pratiques durables

Voici les principaux points à retenir pour instaurer des pratiques plus durables au sein de votre boulangerie, chocolaterie, pâtisserie ou restaurant.

THÈME	ACTION
SOURCING	
 Célébrer les produits locaux et de saison	<ul style="list-style-type: none"> Intéressez-vous à la provenance de tous vos ingrédients, dans l'idéal à l'échelle de l'exploitation, et incluez au moins une exploitation ou un producteur local dans vos sources d'approvisionnement Variez vos pâtisseries et vos desserts au fil des saisons et portez attention aux spécialités saisonnières pour renforcer leur attrait
 Soutenir les producteurs du monde entier	<ul style="list-style-type: none"> Demandez à vos fournisseurs des précisions sur la provenance des denrées non périssables (cacao, sucre, vanille, thé, café, etc.) et des fruits exotiques. Cherchez à savoir quel est leur pays d'origine et idéalement dans quelle exploitation ils ont été cultivés Achetez auprès de fournisseurs qui ont mis en place des politiques sur les droits des travailleurs et les normes environnementales
 Défendre la biodiversité et le bien-être animal	<ul style="list-style-type: none"> Optez au minimum pour des œufs de poules élevées hors cage Interrogez vos fournisseurs sur les normes de bien-être animal établies pour tous les produits laitiers Pour des denrées non périssables telles que la farine et le sucre, optez plutôt pour des produits biologiques, issus de pratiques de culture responsables qui impliquent un minimum d'interventions chimiques
SOCIÉTÉ	
 Contribuer à une alimentation raisonnée	<ul style="list-style-type: none"> Expérimentez pour réduire la teneur en sucre, en sel et en matières grasses des recettes proposées Proposez et portez attention aux options plus saines, notamment avec plus de fruits et moins de sucre, de sel et de matières grasses
 Agir en faveur de la communauté	<ul style="list-style-type: none"> Adhérez et participez à des associations ou à des réseaux d'entreprises pour comprendre quels sont les besoins locaux et comment apporter votre contribution
 Traiter le personnel de manière juste	<ul style="list-style-type: none"> Favorisez une culture qui s'intéresse à la santé (physique et mentale) des collaborateurs et leur offre accompagnement, formation et avantages sociaux
ENVIRONNEMENT	
 Préserver les ressources naturelles	<ul style="list-style-type: none"> Contrôlez régulièrement votre consommation d'eau et d'énergie Formez régulièrement le personnel aux procédures d'utilisation efficace de l'eau et de l'énergie
 Éliminer le gaspillage alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> Faites évoluer des recettes qui minimisent les déchets et recourez aux conserves pour lutter contre le gaspillage alimentaire
 Réduire, réutiliser, recycler	<ul style="list-style-type: none"> Identifiez les domaines où des articles à usage unique peuvent être supprimés et/ou remplacés par des alternatives réutilisables

UN OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION COMPLÈTE LE GUIDE

Disponible en libre accès sur le site de Valrhona valrhona.com, il permet aux professionnels du secteur de comprendre leurs performances et d'obtenir des recommandations personnalisées pour améliorer rapidement leurs impacts.

Après avoir répondu à une série de questions autour des 3 piliers que sont le sourcing, la société et l'environnement, le répondant reçoit un document de synthèse dans lequel il a accès à son score de performance globale de durabilité (en pourcentage) et le détail pour chaque thématique. Le rapport lui fournit également une série d'idées et d'actions concrètes à mettre en place afin d'améliorer sa performance.

Bonjour Alice,

Merci d'avoir complété l'auto-évaluation dédiée à la durabilité dans la gastronomie sucrée pour votre établissement.

Votre score : 76 %

Sourcing : 80 % – Société : 72 % – Environnement : 77 % – Général : 76 %



Le fruit d'un travail de collaboration, par les chefs et pour les chefs

Au plus proche des consommateurs dans leur quotidien et dans leur rapport à l'alimentation, les chefs, mais aussi les marques, endossent une responsabilité à leur égard. En choisissant de développer ces outils pour les professionnels, Valrhona illustre encore une fois sa détermination à impulser un mouvement collectif qui fédère l'ensemble des acteurs de la gastronomie pour agir ensemble en faveur de la planète, de l'alimentation et de l'avenir de tous.

Pour la réalisation de ce projet, Valrhona et Food Made Good se sont rapprochés de 30 chefs venus de 12 pays différents, représentant une large expertise : chefs pâtisseries, chocolatiers, boulangers, glaciers, cuisiniers... Ces échanges et cette collaboration ont permis de s'appuyer sur des réalités variées et concrètes afin de donner vie à ces outils grâce à des conseils pratiques. **« Ce guide doit être vu comme un vrai guide au sens propre du terme, conçu pour guider les gens vers cette pâtisserie plus raisonnée, plus raisonnable et plus engagée, explique Nadia Sammut, première cheffe étoilée sans gluten et partenaire du projet. Notre travail est de sensibiliser en permanence et la sensibilisation doit passer par l'action ».**

Les chefs contributeurs



Claudio ARGIBAY COUÑAGO
Boulangier et propriétaire
Panadería Argibay
Porriño, Espagne



Jeffrey FINKELSTEIN
Chef et propriétaire
Hof Kelsten
Montréal, Canada



Carolina MOLEA
Fondateur
L'Artisane Creative Bakery
Coral Gables, États-Unis



Nadia SAMMUT
Cheffe de cuisine à l'Auberge la
Fenière et fondatrice de KOM&SAL®
Lourmarin & Cavailon, France



Amy BROWN
Directeur culinaire
Frankie & Jo's
Seattle, États-Unis



Maxime FRÉDÉRIC
Chef pâtissier
Cheval Blanc Paris
Paris, France



Lindsay MOREL
Co-fondateur
The Floating Boulangerie
Londres, Royaume-Uni



Paula STAKELUM
Chef pâtissier exécutif
Ashford Castle
Cong, Irlande



Lucila CANERO
Chef pâtissier et propriétaire
La Luciérnaga
Barcelone, Espagne



Luke FROST
Chef pâtissier
L'Ecole Valrhona
Europe du Nord



Franck MOULARD
Chef pâtissier & Propriétaire
Libert Art
Annecy, France



Hitoshi SUGIURA
Chef exécutif
Onodera Group
Tokyo, Japon



Crystal CHIU
Chef pâtissier
Canlis
Seattle, États-Unis



Masakazu IWASAWA
Propriétaire et chef
Pizzeria Gtalia da Filippo
Tokyo, Japon



Shigeru NOJIMA
Chef exécutif
Grand Hyatt
Fukuoka, Japon



Reito TANAKA
Chef pâtissier
Andaz
Tokyo, Japon



Jessica CHOW
Propriétaire
Bien Caramélisé
Hong Kong



Jared JIANN LIH CHUAH
Propriétaire
Sweets by Jared
Oslo, Norvège



Nadège NOURIAN
Chef et propriétaire
Nadège Patisserie
Toronto, Canada



Koji TSUCHIYA
Propriétaire et chef
Musée Du Chocolat Théobroma
Tokyo, Japon



Dafne DANIEL-SOTO
Chef pâtissier
Mono
Hong Kong



Mineko KATO
Chef pâtissier
Faro
Tokyo, Japon



Takashi OHSHIMA
Propriétaire et chef
Bottega Blue
Hyogo, Japon



Michael WILSON
Chef exécutif
Pollen
Singapour



Patrice DEMERS
Chef pâtissier et propriétaire
Patrice Pâtissier
Montréal, Canada



Shigekatsu KIMURA
Propriétaire
La Vieille France
Tokyo, Japon



Sandra ORNELAS
Chef pâtissier
L'Ecole Valrhona
Espagne



Adrien ZEDDA
Chef exécutif
Culina Hortus
Lyon, France



Richard EKKEBUS
Chef de cuisine
Amber
Hong Kong



Valentin MILLE
Chef pâtissier
Amber
Hong Kong



Jérôme RAFFAELLI
Chef pâtissier & co-gérant
Oh Faon ! Patisserie
Marseille, France



À PROPOS DE VALRHONA

VALRHONA, ENSEMBLE FAISONS DU BIEN AVEC DU BON

Partenaire des artisans du goût depuis 1922, pionnière et référente dans le monde du chocolat, Valrhona se définit aujourd'hui comme une entreprise dont la mission, « Ensemble, faisons du bien avec du bon », exprime la force de son engagement. Avec ses collaborateurs, les chefs et les producteurs de cacao, Valrhona imagine le meilleur du chocolat pour créer une filière cacao juste et durable et inspirer une gastronomie du bon, du beau et du bien. Valrhona est fière d'avoir obtenu en janvier 2020 la très exigeante certification B Corporation®. Elle récompense les entreprises les plus engagées au monde qui mettent au même niveau les performances économiques, sociétales et environnementales. Choisir Valrhona, c'est s'engager pour un chocolat responsable. 100 % des fèves de cacao sont tracées depuis le producteur ce qui donne l'assurance de savoir d'où vient le cacao, qui l'a récolté et qu'il a été produit dans de bonnes conditions. Choisir Valrhona, c'est s'engager pour un chocolat qui respecte les Hommes et la Planète.

www.valrhona.com

À PROPOS DE FOOD MADE GOOD

Food Made Good est le plus vaste programme au monde axé sur la durabilité dans les services alimentaires. Depuis une décennie, il accompagne les entreprises de services alimentaires dans cette démarche, et a directement contribué à la pérennité de plus d'1 milliard de repas hors domicile par an via son réseau de plus de 12 000 cuisines réparties dans 20 pays. À travers ses filiales implantées au Royaume-Uni, à Hong Kong et au Japon, Food Made Good aide des chefs qui s'investissent pour l'avènement d'un système alimentaire plus durable.

www.foodmadegood.global

