

Comunicato stampa

La guida alla gastronomia sostenibile

Tanti consigli pratici
e uno strumento
di autovalutazione
per accompagnare i
professionisti verso una
gastronomia dolce più
sostenibile



VALRHONA

Imaginons le meilleur du chocolat®



La guida alla gastronomia sostenibile

TANTI CONSIGLI PRATICI E UNO STRUMENTO DI AUTOVALUTAZIONE PER ACCOMPAGNARE I PROFESSIONISTI VERSO UNA GASTRONOMIA DOLCE PIÙ SOSTENIBILE

Impegnata a favore di **una gastronomia creativa e responsabile**, Valrhona ha sviluppato **strumenti inediti destinati ai professionisti della gastronomia** per guidarli verso pratiche più sostenibili. Entrambi disponibili gratuitamente, la **guida** e lo **strumento di autovalutazione** hanno lo scopo di accompagnare i professionisti nel loro viaggio verso un **approccio più responsabile** e di fornire un quadro coerente di buone pratiche.

“VERSO UNA GASTRONOMIA DEL BUONO, DEL BELLO E DEL BENE”

Una triplice minaccia pesa su clima, biodiversità e salute pubblica, e l'alimentazione contribuisce notevolmente. Il mondo della gastronomia dolce non fa eccezione e si scontra anch'esso con difficoltà **specifiche in materia di sostenibilità**. Per rispondere alle domande dei professionisti del settore, **Valrhona, la cui missione aziendale è «Insieme, facciamo del bene con del buono»**, ha elaborato **due nuovi strumenti**, sviluppati da e per loro. Tali strumenti offrono un quadro coerente di buone pratiche, numerosi consigli e spunti di riflessione, nonché testimonianze di maestri pasticceri per prassi **sempre più sostenibili**.

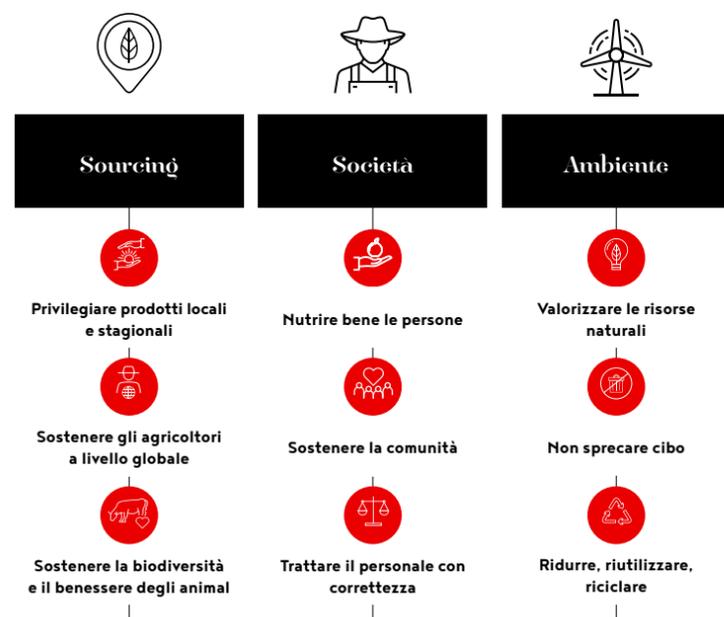
Due strumenti innovativi per un mondo della gastronomia dolce più sostenibile

In collaborazione con **Food Made Good**, il programma della Sustainable Restaurant Association più riconosciuto in materia di sostenibilità, Valrhona ha messo a punto due **strumenti concreti destinati ai professionisti**, una guida e uno strumento di autovalutazione. **L'obiettivo della Maison?** Accompagnare i professionisti, clienti e non, a capire le sfide del mestiere e la loro importanza, per poi volgere uno sguardo critico alle loro azioni.

LA GUIDA

Dal titolo «Verso una gastronomia del buono, del bello e del bene», descrive e illustra con dati chiave le problematiche principali che il settore deve affrontare, fornendo ai maestri pasticceri e ai professionisti di varie provenienze le informazioni essenziali per comprendere queste sfide e gli strumenti per agire e stimolare cambiamenti positivi nel loro ambito. Si tratta di una raccolta di pratiche sostenibili, basata su **3 linee guida principali: il sourcing, la società e l'ambiente**.

La guida definisce le buone pratiche da adottare nella gastronomia dolce e gli aspetti a cui prestare maggiore attenzione e ha l'obiettivo di porre le basi per evolvere verso un approccio più responsabile.



Le sfide legate a queste 3 linee guida e la loro importanza sono chiaramente definite e illustrate da esempi concreti.

Sourcing
Sostenere gli agricoltori a livello globale

I NUMERI

La pasticceria e i dolci fanno ampio uso di materie prime provenienti da paesi lontani come cacao, vaniglia e zucchero, oltre a frutta esotica come mango, frutto della passione e agrumi. Spesso, questi prodotti vengono coltivati in paesi in via di sviluppo, di conseguenza può essere difficile sapere esattamente da dove provengono e come vengono coltivati.

PERCHÉ È IMPORTANTE

* L'approvvigionamento da altri paesi di determinati prodotti come cacao, vaniglia, zucchero e frutta, può presentare problematiche in termini di trasparenza (visibilità della catena di approvvigionamento), questioni sociali (diritti e condizioni dei lavoratori) e standard ambientali (pratiche agricole e di coltivazione).

* I produttori di queste materie prime spesso ottengono solo importi di denaro limitati per le loro coltivazioni rispetto al prezzo pagato dal cliente finale. Eppure, gli agricoltori meritano di essere pagati equamente per i loro prodotti. Garantire che ciò avvenga, può a sua volta consentire agli agricoltori di migliorare le pratiche sociali e ambientali nelle loro aziende agricole.

* Un'azienda responsabile deve capire da dove provengono i propri ingredienti, come sono stati prodotti e utilizzare i propri acquisti per sostenere lo sviluppo economico degli agricoltori di tutto il mondo.

I piccoli agricoltori svolgono un ruolo essenziale nella produzione alimentare globale, anche se devono affrontare costantemente notevoli difficoltà nell'accesso ai terreni e ad altre risorse produttive. Nella maggior parte dei paesi, i loro redditi sono meno della metà rispetto a quelli dei loro omologhi più grandi².

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

Per completare la guida, per ogni tematica affrontata (sourcing, società e ambiente) vengono presentati casi di studio e testimonianze di professionisti di tutto il mondo.



“Per noi è molto importante selezionare personale che condivida i nostri valori e quando assumiamo nuove persone abbiamo la responsabilità di illustrare quali sono i valori dell’azienda. Questi valori non si limitano al nostro impatto ambientale, ma riguardano anche l’impegno sociale. Ad esempio, ci facciamo carico dei costi dei trasporti pubblici poiché, quando ciò è possibile, preferiamo che il personale eviti di venire a lavorare in auto.”

Franck MOULARD
Pasticciere e proprietario Libert Art
Annecy, Francia



Infine, sono **disponibili diverse check-list di pratiche sostenibili** a conclusione di ogni tematica e alla fine della guida. Facili da utilizzare, le check-list riprendono i principali punti da ricordare per instaurare nuove pratiche all’interno della propria attività.

Checklist di sostenibilità del sourcing

Alcuni dei nostri migliori suggerimenti per la gestione di panetterie, negozi di cioccolato, pasticcerie o ristoranti più sostenibili.

ARGOMENTO	AZIONE
SOURCING	
 Valorizzare prodotti locali e stagionali	<input type="checkbox"/> Informatevi sulla provenienza di tutti i vostri ingredienti, idealmente fino al livello della singola azienda agricola o produttore, e acquistate almeno da un’azienda agricola o da un produttore locale. <input type="checkbox"/> Cambiate i dolci e la pasticceria in base alle stagioni e promuovete le specialità stagionali per renderle più invitanti.
 Sostenere gli agricoltori a livello globale	<input type="checkbox"/> Chiedete ai vostri fornitori informazioni dettagliate sulla provenienza dei prodotti secchi che acquistate (cacao, zucchero, vaniglia, tè, caffè, ecc.) e della frutta esotica. Chiedete qual è il paese di origine e, idealmente, l’azienda agricola in cui sono stati coltivati. <input type="checkbox"/> Acquistate da fornitori che hanno adottato politiche in materia di diritti dei lavoratori e standard ambientali.
 Sostenere la biodiversità e il benessere degli animali	<input type="checkbox"/> Utilizzate almeno uova non provenienti da allevamenti in gabbia. <input type="checkbox"/> Chiedete ai vostri fornitori quali sono gli standard di benessere esistenti per tutti i loro prodotti lattiero-caseari. <input type="checkbox"/> Acquistate prodotti secchi biologici come farina e zucchero, che garantiscono pratiche di coltivazione positive con il minimo intervento chimico.
SOCIETÀ	
 Nutrire bene le persone	<input type="checkbox"/> Sperimentate per ridurre il contenuto di zuccheri, sale e grassi dei piatti. <input type="checkbox"/> Offrite e promuovete opzioni più salutari, vale a dire con maggiore contenuto di frutta e minore contenuto di zucchero, sale e grassi.
 Sostenere la comunità	<input type="checkbox"/> Frequentate le attività e le comunità locali per comprendere le esigenze della comunità e capire come essere utili.
 Traiter le personnel de manière juste	<input type="checkbox"/> Favorite una cultura del lavoro sana (mentalmente e fisicamente) promuovendo il benessere attraverso attività di affiancamento e formazione.
AMBIENTE	
 Valorizzare le risorse naturali	<input type="checkbox"/> Monitorate regolarmente il vostro consumo di energia e acqua. <input type="checkbox"/> Formate regolarmente il personale sulle procedure per un uso efficiente dell’energia, ad esempio quando accendere e spegnere forni e congelatori e a quali temperature utilizzarli.
 Non sprecate cibo	<input type="checkbox"/> Sviluppate le ricette prendendo in considerazione gli sprechi alimentari e utilizzare metodi di conservazione adeguati per evitare di sprecare gli alimenti.
 Ridurre, riutilizzare, riciclare	<input type="checkbox"/> Identificate le aree in cui i materiali monouso possono essere sostituiti con alternative riutilizzabili

UNO STRUMENTO DI AUTOVALUTAZIONE COMPLETA LA GUIDA.

Disponibile in libero accesso sul sito di Valrhona valrhona.com, permette ai professionisti del settore di comprendere l'andamento del proprio lavoro e di ottenere consigli personalizzati per migliorarne rapidamente l'impatto.

Dopo aver risposto a una serie di domande sulle 3 linee guida (sourcing, società e ambiente) riceverete un documento di riepilogo che vi permetterà di conoscere il vostro punteggio globale in materia di sostenibilità (percentuale) e quello dettagliato per ogni tematica. La relazione fornisce anche una serie di idee e azioni concrete da mettere in atto per migliorare la propria performance.

Buongiorno Xxxx,

Grazie per aver completato l'autovalutazione della sua attività per la valutazione della sostenibilità nella **gastronomia dolce**.

Il suo punteggio: xx %

Approvvigionamento : xx % - Società : xx % - Ambiente : xx % - Generale : xx %



Il frutto di un lavoro di collaborazione tra professionisti, per i professionisti

A stretto contatto con i consumatori nella loro vita quotidiana e nel loro rapporto con l'alimentazione, i professionisti, così come i marchi, si assumono una responsabilità nei loro confronti. Scegliendo di sviluppare questi strumenti per i professionisti, Valrhona illustra ancora una volta la sua determinazione a stimolare un movimento collettivo che riunisca tutti gli attori della gastronomia **per agire insieme a favore del pianeta, dell'alimentazione e del futuro di tutti.**

Per la realizzazione di questo progetto, Valrhona e Food Made Good si sono uniti a **30 professionisti della gastronomia provenienti da 12 Paesi diversi** e da esperienze variegate: maestri pasticceri, cioccolatieri, panettieri, gelatieri, chef... Questo scambio e questa collaborazione hanno permesso di contare su realtà diverse e concrete per dar vita a questi strumenti grazie a consigli pratici. *"Questa guida deve essere intesa nel senso proprio del termine, uno strumento concepito per guidare le persone verso una pasticceria più ragionata, più ragionevole e più impegnata, spiega Nadia Sammut, prima chef stellata con una cucina senza glutine e partner del progetto. Il nostro lavoro è sensibilizzare costantemente e la sensibilizzazione deve passare attraverso l'azione".*

I contributori



Claudio ARGIBAY COUÑAGO
Panettiere e proprietario
Panadería Argibay
Porriño, Spagna



Jeffrey FINKELSTEIN
Pasticciere e proprietario
Hof Kelsten
Montreal, Canada



Carolina MOLEA
Fondatrice
L'Artisane Creative Bakery
Coral Gables, USA



Nadia SAMMUT
Chef presso l'Auberge la
Fenière et fondatrice de KOM&SAL®
Lourmarin & Cavaillon, Francia



Amy BROWN
Direttrice Gastronomica
Frankie & Jo's
Seattle, USA



Maxime FRÉDÉRIC
Responsabile pasticceria
Cheval Blanc Paris
Parigi, Francia



Lindsay MOREL
Cofondatrice
The Floating Boulangerie
Londra, Regno Unito



Paula STAKELUM
Chef pâtissier exécutif
Ashford Castle
Cong, Irlanda



Lucila CANERO
Pasticciera e proprietaria
La Luciérnaga
Barcellona, Spagna



Luke FROST
Pasticciere
L'Ecole Valrhona
Europa settentrionale



Franck MOULARD
Pasticciere e proprietario
Libert Art
Annecy, Francia



Hitoshi SUGIURA
Chef esecutivo
Onodera Group
Tokyo, Giappone



Crystal CHIU
Responsabile pasticceria
Canlis
Seattle, USA



Masakazu IWASAWA
Proprietario e chef
Pizzeria Gtalia da Filippo
Tokyo, Giappone



Shigeru NOJIMA
Chef esecutivo
Grand Hyatt
Fukuoka, Giappone



Reito TANAKA
Pasticciere
Andaz
Tokyo, Giappone



Jessica CHOW
Proprietaria
Bien Caramélisé
Hong Kong



Jared JIANN LIH CHUAH
Proprietario
Sweets by Jared
Oslo, Norvegia



Nadège NOURIAN
Pasticciera e proprietaria
Nadège Patisserie
Toronto, Canada



Koji TSUCHIYA
Chef e proprietario
Musée Du Chocolat Théobroma
Tokyo, Giappone



Dafne DANIEL-SOTO
Pasticciera
Mono
Hong Kong



Mineko KATO
Pasticciera
Faro
Tokyo, Giappone



Takashi OHSHIMA
Proprietario e chef
Bottega Blue
Hyogo, Giappone



Michael WILSON
Chef esecutivo
Pollen
Singapore



Patrice DEMERS
Pasticciere e proprietario
Patrice Pâtissier
Montreal, Canada



Shigekatsu KIMURA
Proprietario
La Vieille France
Tokyo, Giappone



Sandra ORNELAS
Pasticciera
L'Ecole Valrhona
Spagna



Adrien ZEDDA
Chef esecutivo
Culina Hortus
Lione, Francia



Richard EKKEBUS
Responsabile chef
Amber
Hong Kong



Valentin MILLE
Responsabile pasticceria
Amber
Hong Kong



Jérôme RAFFAELLI
Pasticciere e comproprietario
Oh Faon | Patisserie
Marseille, Francia

A PROPOSITO DI VALRHONA

VALRHONA, INSIEME, FACCIAMO DEL BENE CON DEL BUONO

Partner degli artigiani del gusto dal 1922, pioniere e punto di riferimento nel mondo del cioccolato, Valrhona oggi si definisce un'azienda la cui missione, «Insieme, facciamo del bene con del buono», esprime la forza del proprio impegno. Con i suoi collaboratori, maestri pasticceri e produttori di cacao, Valrhona immagina il meglio del cioccolato per creare una filiera del cacao equa e sostenibile e ispirare una gastronomia del buono, del bello e del bene. Valrhona è orgogliosa di aver ottenuto a gennaio 2020 la certificazione B Corporation®. Questo riconoscimento premia le aziende più impegnate al mondo che investono allo stesso modo nelle proprie performance economiche, sociali e ambientali.

www.valrhona.com

A PROPOSITO DI FOOD MADE GOOD

Food Made Good è il più vasto programma al mondo incentrato sulla sostenibilità nei servizi alimentari. Da un decennio accompagna in questo processo le aziende di servizi alimentari e ha contribuito direttamente alla sostenibilità di oltre 1 miliardo di pasti fuori casa all'anno attraverso la sua rete di oltre 12.000 cucine distribuite in 20 Paesi. Attraverso i suoi uffici nel Regno Unito, a Hong Kong, in Giappone e in Grecia, Food Made Good aiuta i professionisti che si impegnano per un sistema alimentare più sostenibile.

www.foodmadegood.global

Contatto stampa

MN COMM

viviana.pepe@mncomm.it / 346 6600299

claudio.colombo@mncomm.it / 349 0763206v

