

**Bilan &  
perspectives**  
édition  
2021



le Collège  
Culinaire  
de France

# Som- maire

<b>2</b>	<b>SOMMAIRE</b>
<b>4</b>	<b>ÉDITO</b>
<b>6</b>	<b>RAPPEL DES AXES STRATÉGIQUES À 5 ANS (JAN 2021 - DÉC 2025)</b>
<b>9</b>	<b>RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021</b>
10	DATES ET CHIFFRES CLÉS
12	BILAN DES ACTIVITÉS 2021
13	NOUVELLES PRIORITÉS D' ACTIONS EN 2021
26	BILAN FINANCIER 2020 ET 1 <sup>ER</sup> SEMESTRE 2021
28	DOSSIER SPÉCIAL 2021 - LA COOPÉRATION
<b>33</b>	<b>LES PRIORITÉS 2022</b>
34	DÉCLINAISON DES 5 AXES STRATÉGIQUES EN PRIORITÉS POUR 2022
41	BUDGET 2022 - RESSOURCES FINANCIÈRES NÉCESSAIRES
<b>42</b>	<b>LES FONDAMENTAUX</b>
43	LA RAISON D'ÊTRE ET LA SINGULARITÉ DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE
47	LA CHARTE DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE
48	LA GOUVERNANCE
52	SÉLECTION ET CONTRÔLE
55	LA CHAÎNE DE LA QUALITÉ
57	LES OUTILS SINGULIERS CRÉÉS CES 11 DERNIÈRES ANNÉES
66	PRISES DE POSITIONS MÉDIATIQUES ET OUVRAGES LIÉS AU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE
<b>69</b>	<b>L'ÉCOSYSTÈME GLOBAL DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE</b>
71	LA VISION DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE
72	L'ÉCOSYSTÈME EN RELATION DIRECTE
74	EN COOPÉRATION AVEC D' AUTRES ACTEURS
75	INDÉPENDANCE MAIS INTERACTION AVEC LES POUVOIRS PUBLICS
<b>76</b>	<b>LEXIQUE</b>

# Édito

L'humanité n'est pas dans les humains, elle est dans l'espace qui relie chacun d'entre nous au monde vivant. C'est peut-être la principale leçon à tirer de cette période bouleversante et « révélatrice » de notre rapport à nous-mêmes, aux autres et au monde.

Bien sûr, les contingences immédiates s'imposent en priorité et, pour beaucoup, les problèmes doivent être résolus et les solutions doivent être trouvées concrètement, le plus souvent dans un laps de temps très court.

Il est temps de monter en hélicoptère pour comprendre et visualiser, dans le champ de destructions qui nous entoure, où se trouvent les nouveaux espaces de présent et d'avenir à conquérir. Les armes de qualité relationnelle que nous avons patiemment forgées ensemble durant ces dix dernières années sont des armes de construction massive. Encore faut-il vouloir apprendre à s'en servir. C'est ce que démontrent tous les jours les plus engagés d'entre vous. Aussi en appelons-nous à tous ceux qui n'ont pas encore exploré toutes les richesses et toutes les potentialités que recèle le Collège Culinaire de France pour se donner

les moyens d'être soutenu dans leur combat quotidien et pour continuer de cultiver la passion de leur métier à partir des valeurs et des pratiques artisanales que nous partageons tous.

Pour gagner du temps, prenez le temps de lire le contenu de ce rapport d'activité. Vous y trouverez les chemins, les opportunités à saisir et les réponses qui correspondent à chacune de vos situations singulières. Dans tous les cas, l'équipe opérationnelle du Collège Culinaire de France et le corps des référents engagés sur tout le territoire sont là pour vous soutenir et vous orienter.

Face au monde qui advient, fort de l'épreuve que nous traversons tous et du partage des expériences de chacun, écrivons ensemble un nouveau récit au cœur duquel la relation physique et la rencontre régulière entre les hommes et les femmes qui partagent la même vision, les mêmes valeurs et la même passion, sont certainement l'arme la plus puissante pour faire face à l'imprévu et conquérir les nouveaux territoires de notre avenir.



**Alain DUCASSE**  
Co-Président



**Alain DUTOURNIER**  
Co-Président



**Christian REGOUBY**  
Délégué Général



**Célia TUNC**  
Secrétaire Générale

# Rappel des axes stratégiques à 5 ans (JANVIER 2021 - DÉCEMBRE 2025)



Les confinements inédits, que nous avons tous éprouvés, ont été révélateurs d'une réalité déjà antérieurement sous-jacente, mais qui restait virtuelle car nous ne l'avions pas encore vécue en expérience « corporelle ». Cela aura élargi brutalement les prises de conscience que l'espace individuel et collectif est confiné.

L'infini sur Terre n'existe pas. Nous ne pouvons plus nous échapper nulle part. Nous ne pouvons plus y échapper. Or l'économie de la consommation industrielle et de la croissance quantitative, qui sous-tend les sociétés, reste largement fondée sur l'illusion de l'infini des ressources et la mécanique du toujours plus, toujours plus vite. L'explosion numérique entretient dangereusement cette illusion, à travers une addiction individuelle et collective qui stérilise progressivement les cerveaux et les actions, pour nous entraîner mécaniquement vers une finalité qui nous échappe.

La connexion et « les amis » des clics ne sont pas, et ne seront jamais, une alternative à la relation humaine, à la rencontre physique et à l'altérité productive de liberté et de choix du monde dans lequel et pour lequel nous voulons vivre. L'alternative que bâtit le Collège Culinaire de France s'inscrit dans le temps long d'une vision et d'une conviction. Elle place la transmission et l'avenir de l'artisanat et de la diversité culinaires au cœur d'une raison d'être et d'une passion quotidienne qui animent le collectif.

C'est là que s'ouvre pour chacun la conquête d'un nouvel espace infini, celui de la relation humaine, fondée sur une nouvelle économie de la coopération. La coopération est l'ADN de survie et d'avenir en chacun de nous, qui nous permet de cultiver la richesse et la performance de nos métiers et, nous en sommes convaincus aussi, peut contribuer à l'avenir de nos sociétés.

C'est pourquoi nous avons préparé cette année un dossier spécial sur ce thème de la Coopération afin de mieux expliquer la démarche singulière du Collège Culinaire de France et servir de cadre opérationnel à sa mise en œuvre, à partir de la mise en valeur des expériences concrètes initiées et vécues par la chaîne des relations qui relie les membres du collectif.

## Rappel des axes stratégiques des 5 prochaines années

Les axes stratégiques définis l'an passé pour un horizon de 5 ans sont plus que jamais d'actualité. La coopération y joue un rôle central.

Nous pouvons puiser, à travers ce que nous avons construit au fil des années, les forces qui nous permettront collectivement de faire des dangers et des risques qui s'annoncent, des opportunités et les leviers, pour choisir notre avenir.

Gardons en mémoire cette phrase que nous répétons en résonance de notre détermination commune :

**« Désormais l'avenir ne se prévoit plus, il s'invente. »**

En fixant le cadre des grandes orientations que nous vous proposons, nous avons la volonté de nous donner collectivement les repères pour baliser notre avenir sans jamais renier aucune de nos convictions et de nos passions.

## Axe stratégique 1 : UNE IDENTITÉ SINGULIÈRE

*Pour construire un socle identitaire et relationnel exclusif, discriminant, lisible et puissant.*

La Coopération, qu'elle soit avec ses équipes, ses producteurs, ses clients fait partie du socle identitaire du Collège Culinaire de France. Elle est la condition première de la transparence et de l'affirmation de chaque projet artisanal identitaire. Pour coopérer efficacement il faut comprendre que, rationnellement, la coopération doit conduire à apporter de la valeur aux autres pour bénéficier soi-même d'un renforcement de son propre développement. Cela relève d'un intérêt personnel bien compris plutôt que d'un appel à la solidarité. La coopération implique que toutes les parties en retirent une égale valeur ajoutée. C'est dans ce sens que la coopération est au cœur de la singularité de notre collectif et de chacun de ses membres. Elle est le ciment différenciant du Collège Culinaire de France dans un monde qui tend à l'homogénéisation et au repliement sur soi.

### **Axe stratégique 2 :**

#### **UN NOUVEAU SYSTÈME ÉCONOMIQUE : L'ÉCONOMIE RELATIONNELLE**

*Pour mettre en système durable et duplicable un modèle opérationnel de l'économie relationnelle.*

Les multiples expérimentations de coopération entre membres ont démontré leur efficacité. Elles sont porteuses d'une véritable valeur ajoutée humaine, relationnelle et économique pour tous ceux qui s'y engagent durablement. Ces coopérations sont pour la plupart duplicables à d'autres artisans producteurs ou restaurants. C'est pourquoi ces exemples de coopération de Haute Valeur Relationnelle ont été compilés dans le Carnet d'Inspiration (<https://carnetdinspiration-ccf.squarespace.com>). Cela permet d'inciter et d'aider d'autres membres à adapter ces modèles au leur, et de faire progressivement émerger une véritable économie de la coopération dans le développement « transdépendant » de nombreux projets.

### **Axe stratégique 3 :**

#### **UN NOUVEAU CONTRAT SOCIAL DES TERRITOIRES ET DES HOMMES.**

*Pour développer une dynamique territoriale, catalyseur d'un nouveau lien social écologique et économique.*

Si la coopération existe entre membres partout en France, nombreuses sont les collaborations qui ont pris naissance et qui font sens à l'échelle d'un territoire. Cette proximité géographique est le premier support de la proximité relationnelle. Elle puise sa source dans un ancrage physique « terrestre » incarné dans une communauté régionale. Sa mise en pratique place le Collège Culinaire de France en acteur majeur et moteur d'un renforcement des identités territoriales.

### **Axe stratégique 4 :**

#### **UNE RÉPUTATION ET UNE INFLUENCE RÉFÉRENTES**

*Pour développer l'impact du Collège Culinaire de France sur ses environnements.*

Même s'il ne néglige pas l'expression médiatique, le principe performatif du Collège Culinaire de France le conduit à se situer loin des sirènes médiatiques. Son « agir » se construit dans le « faire » plus que dans le « dire », la visibilité ou la revendication. La démarche du Collège Culinaire de France comme alternatives relève davantage de la démonstration par les faits à travers des rapports de coopération incarnés entre membres. Les objectifs du Collège Culinaire de France doivent être atteints par leurs propres réalisations. C'est au travers de cette démarche de coopération que le Collège Culinaire de France initie autour de lui un écosystème de « convergence des luttes ». L'idée est de tisser des liens en rhizome, sans renoncer à la singularité de chaque acteur, c'est-à-dire en acceptant les différences de modes d'actions et de cultures politiques, d'envies, d'initiatives et de possibilités pour penser l'unité dans la diversité.

### **Axe stratégique 5 :**

#### **UN DIGITAL INNOVANT À HAUTE VALEUR RELATIONNELLE**

*Pour développer une approche innovante du digital au service de notre écosystème.*

La transition numérique est destructrice de valeurs humaines si nous y entrons en addictions et nous nous laissons portés par une finalité qui nous échappe. L'enjeu est de reprendre le pouvoir sur nous-même individuellement et collectivement. Le numérique doit être utilisé comme un outil au service de notre propre finalité humaine, choisie et partagée. Il est un vecteur en appui, voire en soutien du développement de nos réalisations concrètes. Depuis sa création le Collège Culinaire de France a développé des outils digitaux incluant site interne et réseaux sociaux qui mettent le focus sur ces coopérations singulières, tel son curseur d'engagement entre membres, visible sur le site du Collège Culinaire de France. Ces outils font connaître sous de nombreux formats les histoires et expériences de coopération réussies, inspirantes et duplicables.

La Coopération est un pilier majeur et moteur de la chaîne des acteurs interdépendants qui cultivent la transmission et préparent l'avenir du patrimoine artisanal et de la diversité gastronomique en France, en Europe et à travers le monde.

# Rapport d'activité 2021

# DATES & CHIFFRES CLÉS



**2011** Près de 80% de restaurant en France étaient des "réchauffeurs de plats"...  
**Création du collectif par 15 chefs fondateurs**

**2013** Lancement de l'appellation **Restaurant de Qualité**

**2014** Lancement de l'appellation **Producteur Artisan de Qualité**

**2016** Ouverture de l'appellation aux **vignerons**

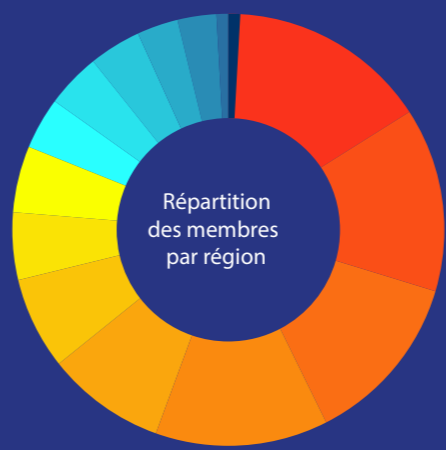
**2019** Ouverture de l'appellation aux **brasseurs, cidriers et distillateurs**

**2021** Ouverture de l'appellation aux **pâtisseries boutiques**

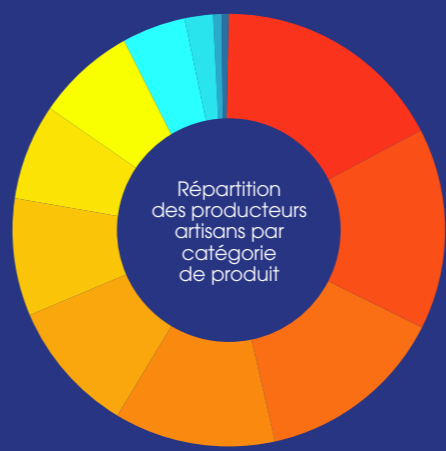
**1600**  
Restaurants de Qualité

**2600**  
membres

**1000**  
Producteurs & Artisans de Qualité



- 15 % Ile-De-France
- 13 % Auvergne-Rhône-Alpes
- 12 % Nouvelle-Aquitaine
- 12 % Provence-Alpes-Côte-D'azur
- 8 % Grand Est
- 7 % Occitanie
- 5 % Pays De La Loire
- 5 % Bretagne
- 4 % Centre-Val De Loire
- 4 % Normandie
- 4 % Bourgogne Franche-Comté
- 3 % Corse
- 3 % Hauts-De-France
- 1 % Dom/Tom
- 1 % Étranger



- 20 % Fruits/Légumes/herbes fraîches
- 13 % Epicerie salée
- 13 % Viandes/volailles/œufs
- 12 % Vin
- 11 % Boulangerie/pâtisserie/glacier
- 8 % Epicerie sucrée
- 7 % Boisson sans alcool/café/thé/tisane
- 7 % Produits de la mer et des rivières
- 6 % Fromages/produits laitiers
- 2 % Bière
- 1 % Cidre
- 0 % Art de la table

**50 000**  
1 communauté de **50 000 personnes présentes sur les réseaux sociaux**

**608**  
**retombées obtenues** (presse - TV - WEB - radio) + 23 % depuis novembre 2020

**300 000**  
**pages vues** sur le nouveau site [collegeculinairedefrance.fr](http://collegeculinairedefrance.fr) et **8000 visiteurs uniques sur la page du Garde-Manger**

**269**  
**événements**  
9 cafés d'intégrations  
4 cafés de reconnections  
4 apéros complices  
1 journée d'immersion  
251 Marchés des Ravitailleurs (portés par 86 membres)

**40**  
**newsletters diffusées** dont 20 exclusivement aux membres

**70**  
**bonnes pratiques** de membres recensées sur le Carnet d'Inspiration

**1100**  
**membres contactés** (par téléphone et rdv physique) depuis janvier 2021

Nombre de membres au 15 juillet 2021

Principaux indicateurs de visibilité

# BILAN DES ACTIONS 2021

Chaque année, sont définies dans le cadre des axes stratégiques sur 5 ans, des priorités d'actions pour l'année à venir. Chacune de ces actions est conçue pour :

• **S'assurer de la cohérence des chantiers engagés par rapport aux ambitions du projet et aux messages portés par le Collège Culinaire de France.**

• **Apporter une contribution concrètement mesurable à la réalisation des axes stratégiques dans la durée.**

Malgré 18 mois compliqués pour l'ensemble des membres du Collège Culinaire de France et les restrictions de regroupement, le Collège Culinaire de France a réussi à maintenir en 2021, le cap de ses priorités tout au long de cette année si particulière. Cette crise a contraint le Collège Culinaire de France à adapter certaines actions initialement proposées, comme par exemple la tenue d'événements plus locaux et en comité plus réduit qu'initialement prévus. Mais l'adaptation conjoncturelle des actions n'a néanmoins pas empêché de continuer à inscrire tous les chantiers dans le cadre des axes stratégiques définis à l'horizon 2025.

## AXE 1 / UNE IDENTITÉ SINGULIÈRE

**Pour construire un socle identitaire et relationnel exclusif, discriminant, lisible et puissant.**

Ce premier axe stratégique est celui sur lequel se construisent les fondations du Collège Culinaire de France. En effet, afin de poursuivre son développement et son influence, celui-ci s'attache en permanence à préserver son intégrité et renforcer son identité singulière. La puissance et le développement du Collège Culinaire de France se construisent dans la durée à travers les expériences vécues de Haute Valeur Relationnelle de ses membres.

**Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2021 :**

- S'assurer de la légitimité et de l'implication des membres.
- Accroître l'appropriation par les membres de la communication des fondamentaux.
- Développer concrètement le système d'appartenance, de reconnaissance et de solidarité des membres.

**Actions opérationnelles menées en 2021 :**

- Approfondissement, clarification et diffusion des principaux concepts clés du Collège Culinaire de France, à partir des questions posées et des expériences vécues par les membres, afin de mieux piloter leur singularité et leur opérationnalité tels que : Artisanat, Restaurant, Producteur Artisan, Référent, Qualité, Identité, Transparence, Coopération.
- Valorisation de tout le travail effectué sur les filières à travers la mise en application du cycle de vie d'une filière : de la définition de ses critères avec experts à l'appui, à la valorisation des différents métiers auprès de l'ensemble du secteur et notamment du grand public.

- Multiplication d'événements sur le terrain sous des formats plus locaux et en plus petit comité au vu des restrictions Covid. Ces événements permettent aux membres d'échanger sur leurs perceptions, leurs problématiques et leurs solutions mais également de s'approprier et de vivre les valeurs, la culture, les ambitions du collectif.
- Création et valorisation de formats d'événements correspondants à l'ADN du Collège Culinaire de France, organisables par chacun des membres pour favoriser la coopération.
- Création d'une journée d'immersion pour tous les nouveaux membres (BtoB).
- Développement du Marché des Ravitailleurs et des Diners Complices (BtoC).
- Création d'événements digitaux mensuels : cafés d'intégration pour les nouveaux membres et cafés de (re)connexion régionaux.
- Renforcement des contrôles des membres sur la base des valeurs du Collège Culinaire de France, de la volonté de coopérer et de l'implication des membres au sein du collectif (plus d'informations et de chiffres dans la partie 4 -Les Fondamentaux).

# 1

## DES ÉVÈNEMENTS ORGANISABLES PAR TOUS NOUVELLE PRIORITÉ D'ACTION EN 2021

### Devenir acteur du collectif

Que ce soit à destination directe des professionnels ou du grand public, les membres du collectif passent à l'action et proposent partout en France de façon autonome des événements fédérateurs :

- **Les Diners Complices** : en investissant un restaurant ou une exploitation pour aller à la rencontre du client et valoriser la complicité réelle entre producteurs, artisans et restaurants de qualité (Événement BtoC).
- **Les Marchés des Ravitailleurs** : en se réunissant et en proposant aux consommateurs des solutions pratiques pour mieux se nourrir et s'approvisionner en produits de qualité (Événement BtoC).
- **Les Journées d'Immersion** : en découvrant le quotidien d'un membre le temps d'une journée dans son établissement afin de comprendre son métier, son histoire et sa démarche (Événement BtoB). Pour les accompagner dans la conception et la mise en place de ces projets identitaires, le Collège Culinaire de France a conçu des guides pratiques à retrouver sur l'espace membre.

### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Devenir acteur identifié du collectif.
- S'engager dans un projet commun qui a du sens.
- Multiplier les moments de convivialité et de partage
- Contribuer à renforcer la Haute Valeur Relationnelle.



**DÎNER COMPLICE**  
**Alexandre NAVARRO**  
Racines des Près  
Paris, Ile-de-France  
Restaurant de Qualité depuis 2017

« On fait tout notre possible pour retranscrire le magnifique travail des producteurs, mais pour l'expérience d'un client, entendre parler du produit par le producteur lui-même, je pense que c'est inégalable. »

### INDICATEURS CLÉS



**membres ont organisé ces diners complices**  
226 membres y ont participé



**MARCHÉ DES RAVITAILLEURS**  
**Gladys BOUDEHEN**  
Le Champ des Comestibles  
Cauville-sur-Mer, Normandie  
Producteur Artisan de Qualité depuis 2017

« Ce type de marché permet d'entretenir le lien entre producteurs et restaurateurs mais aussi avec les clients. Il nous semble primordial aujourd'hui de pouvoir se diversifier et s'adapter. »



**établissements ont accueilli 251 marchés**  
(éphémères et récurrents)  
86 membres y ont participé  
19 retombées presse en 2021



**JOURNÉE D'IMMERSION**  
**Benat MOITY**  
Benat Fromager  
Saint-Jean-de-Luz, Nouvelle-Aquitaine-Producteur Artisan de Qualité depuis 2015

« J'ai l'habitude d'échanger avec Jean-Bernard et de monter en estive le fait de convier d'autres membres du collectif m'a permis à travers leurs questions d'en apprendre encore plus. »



**journée immersion**  
a été organisée en 2021  
13 membres y ont participé  
1 retombée presse en 2021

#### Des événements pour l'appropriation des messages clés du Collège Culinaire de France

Depuis 2020, lorsqu'un producteur, artisan ou restaurant rejoint le Collège Culinaire de France, il est convié à un **café d'intégration** : un moment d'accueil capital qui permet d'expliquer les fondamentaux, rappeler les engagements et les outils dont il dispose, et aussi découvrir d'autres membres. Cette première étape, qui fait suite à l'adhésion, permet ainsi à chacun des nouveaux membres d'optimiser au maximum son appartenance au collectif. Depuis 2021, ce format a également été décliné en cafés de (re)connexion pour les membres plus anciens et moins impliqués. Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France.

#### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Intégrer de manière officielle le collectif.
- Rencontrer immédiatement de nouveaux membres.
- Comprendre la réalité de son intégration au sein du collectif= ses engagements.
- Identifier tous les outils à sa disposition pour profiter pleinement de son adhésion au collectif.

**CAFÉ D'INTÉGRATION**  
**Pauline TAUPIN-FEMENIA**  
 Biscuttini di Paolina  
 Ajaccio, Corse  
 Producteur Artisan de Qualité depuis 2020

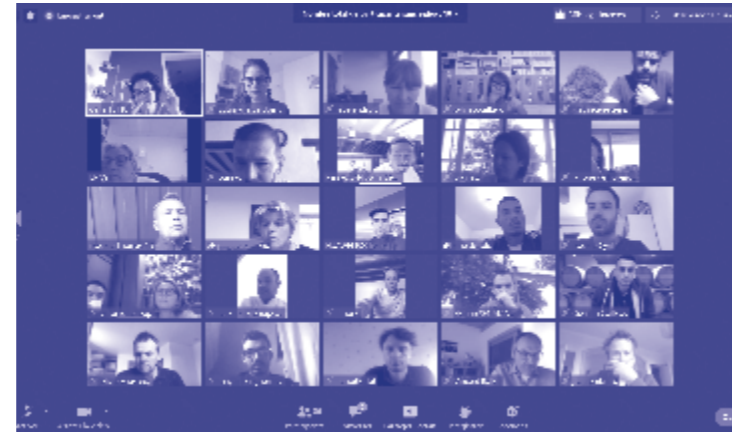


«J'ai trouvé cette réunion très sympa, j'avais l'impression qu'on se connaissait tous depuis très longtemps. C'était très amical, très convivial, ça m'a beaucoup plu. J'ai l'impression de faire partie d'une grande famille. J'aime la façon dont la discussion a été abordée en nous disant qu'il n'y avait pas de podium ou de personnes plus fortes que d'autres. Il y avait un producteur de charcuterie, un producteur d'amandes, des restaurateurs, et moi avec ma biscuiterie, c'était très divers. Tout de suite j'ai eu envie de prendre contact avec le producteur d'amandes! J'ai hâte de faire encore plein de choses; je pense aux événements que vous organisez dans les régions ou la Grande Rencontre Annuelle. J'ai bien compris que chacun est acteur de son succès, et que rien n'arrive sur un plateau d'argent mais que vous développez de nombreux outils pour nous aider au quotidien.»

#### INDICATEURS CLÉS

Total participants : 208

CAFÉ D'INTÉGRATION	
Nombre de participants	
Juillet 2020	31
Août 2020	6
Sept. 2020	7
Oct. 2020	9
Nov 2020	9
Déc 2020	8
Jan 2021	15



**CAFÉ DE (RE)CONNEXION**  
**Sandrine CARLETTI**  
 Jean François Carletti-Bourran  
 Nouvelle-Aquitaine  
 Producteur Artisan de Qualité depuis 2019



«Je trouve que ces cafés digitaux sont très bien. Ils permettent de mettre en avant les dernières actions du Collège Culinaire de France, par exemple l'ouverture de l'appellation aux artisans pâtisseries boutiques. C'est un peu comme une formation qui permet d'expliquer exactement ce que vous faites. Ça m'a permis de clarifier certaines choses, surtout sur les outils. J'ai encore plus envie de participer à des événements et d'essayer de trouver d'autres personnes passionnées pour adhérer car on comprend qu'il y a beaucoup d'avantages quand on s'implique!»

CAFÉ (RE)CONNEXION	
Nombre de participants	
Mars 2021 #1	7
Mars 2021 #2	4
Pays de la Loire	9
Nouvelle Aquitaine	13

## AXE 2 / UN NOUVEAU SYSTÈME ECONOMIQUE : L'ÉCONOMIE RELATIONNELLE

Pour mettre en système durable et duplicable un modèle opérationnel de l'économie relationnelle.

Depuis sa création, le Collège Culinaire de France s'attache à développer une chaîne humaine opérationnelle et productive de liens à forte valeur ajoutée relationnelle entre restaurants, producteurs et artisans de qualité partout en France. Les bénéfices retirés par les membres impliqués sont concrètement mesurables. Il s'agit bien là de PASSION et d'ENGAGEMENT PRODUCTIFS ou comment la HAUTE VALEUR RELATIONNELLE (HVR) et la COOPERATION conduisent à générer les CONTOURS D'UN NOUVEAU MODÈLE ÉCONOMIQUE d'avenir. Cet objectif est devenu un des piliers du Collège Culinaire de France pour ses membres.

#### Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2021 :

- Mutualiser les bonnes pratiques expérimentées par les Restaurants, Producteurs Artisans de Qualité.
- Faire émerger les principes d'un nouveau modèle économique rentable et duplicable.
- Développer les outils et l'écosystème permettant de doter l'économie de l'artisanat culinaire d'alternatives concurrentielles face à l'économie de l'industrialisation et de la standardisation alimentaire.

#### Actions opérationnelles menées en 2021 :

- Création, mise à jour et partage du Carnet d'Inspiration regroupant les bonnes pratiques des membres, génératrices de valeur ajoutée économique issue de la Haute Valeur Relationnelle.
- Cellule de travail / Task Force avec membres et experts sur les expériences logistiques de chacun pour nourrir le travail sur le modèle économique (la logistique étant un des chaînons importants de ce modèle).
- En cours de finalisation pour fin 2021 : Création d'un outil de partage de solutions / recommandations entre membres sur l'espace membre.





#### Idées pratiques partagées par les membres du Collège Culinaire de France

<https://carnetdinspirationccf.squarespace.com/>



Organisé en 4 chapitres, le Carnet d'Inspiration a pour objectif d'éveiller, de sensibiliser et d'inspirer producteurs, artisans et restaurateurs grâce à la compilation de suggestions pratiques, expérimentées par les membres, et engagées dans le sens des valeurs piliers du Collège Culinaire de France. A chacun ensuite, d'interpréter et d'adapter ces pistes d'actions à sa situation particulière.

Depuis sa création, post 1er confinement, près de 70 bonnes pratiques ont été recensées. Ce travail d'échange et de compilation opérationnelle continue toujours aujourd'hui avec la mise en lumière de nombreux témoignages chaque mois.

#### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- S'inspirer des initiatives d'autres membres
- Disposer d'une diversité de recommandations par la pluralité des profils qui composent le collectif.
- Dynamiser son activité à partir d'expériences éprouvées.

#### Emilie MARTINAT

##### Chapeau de Paille

Saint Rémy de Provence, PACA  
Restaurant de Qualité depuis 2019



« Nous avons travaillé pendant les 7 mois de confinement...jamais nous n'aurions pensé que l'arrêt de nos restaurants durerait aussi longtemps. Après avoir mis en place une carte "à emporter", il était clair qu'il fallait mettre en place une console de Click and Collect, chose faite avec Api and You. Les ateliers de travail proposés par le Collège Culinaire de France ont été d'une grande aide. C'était très impressionnant de constater et d'écouter tout ce que nos confrères et artisans arrivaient à mettre en place face à cette situation compliquée... Nous avons perçu beaucoup de positivité dans ces témoignages si divers de personnes qui traversaient les mêmes encombres que nous. Depuis la réouverture des restaurants nous avons pérennisé notre épicerie comme indiqué dans le Carnet d'Inspiration. Nous nous sommes appuyés sur les artisans du Collège Culinaire de France pour pouvoir mettre en avant leurs produits dans notre boutique. »

#### INDICATEURS CLÉS

Nombre de témoignages : 70

Nombre de témoignages ajoutés par mois : en moyenne 4

Nombre de vues (juin 2020 - juillet 2021) : 3650

## AXE 3 / UN NOUVEAU CONTRAT SOCIAL DES TERRITOIRES ET DES HOMMES.

Pour développer une dynamique territoriale, catalyseur d'un nouveau lien social écologique et économique.

L'ambition du Collège Culinaire de France est d'incarner et de faire émerger plus largement un nouvel écosystème de l'artisanat et de la diversité culinaires.

Pour ce faire, il est important de s'imposer sur les territoires tant physiques que thématiques en se renforçant à la fois là où le Collège Culinaire de France est déjà présent et en même temps en se déployant sur de nouveaux territoires. La présence du Collège Culinaire de France en régions est un enjeu important à la fois sur le plan de la notoriété de l'Appellation, de son attractivité et de sa contribution sur chaque terroir à la qualité et à la connaissance de la richesse du patrimoine culinaire artisanal.

Rien ne remplace le contact et l'animation terrain pour faire s'approprier les fondamentaux de notre philosophie, dynamiser les synergies entre Producteurs Artisans de Qualité et Restaurateurs de Qualité mais aussi identifier, mobiliser et soutenir les relais militants de l'Appellation.

Cette priorité est celle sur laquelle se construisent les fondations du Collège Culinaire de France et sa pérennité. Elle a mobilisé et mobilisera de plus en plus de temps et d'énergie des équipes du Collège Culinaire de France pour être au plus près des membres et renforcer la haute valeur ajoutée relationnelle existante dans les régions. Elle est la source d'un développement solide et puissant du collectif susceptible de répondre aux ambitions et aux objectifs du Collège Culinaire de France.



#### Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2021 :

- Être présent régionalement, nationalement et internationalement à travers le soutien et la mise en avant d'acteurs représentatifs de la diversité et de la qualité artisanale du secteur culinaire de la terre et la mer à l'assiette.
- Initier un leadership référent et reconnu d'actions territoriales.

#### Actions opérationnelles menées en 2021 :

- Création de sessions de formations en trois temps pour les référents régionaux afin de partager l'appropriation des messages, d'optimiser leur rôle et leurs contributions et de mettre en valeur leur implication.
- Ouverture du Collège Culinaire de France en Février 2021 à l'éligibilité des membres issus d'une nouvelle filière : les pâtisseries boutiques. Les candidats étant sélectionnés sur les mêmes valeurs et critères que l'ensemble des autres membres du Collège Culinaire de France.
- Dynamisation de projets et d'engagements avec l'écosystème global pour renforcer la proximité locale du Collège Culinaire de France et affirmer son assise régionale.
- Développement d'une stratégie de diffusion et du développement opérationnel de la vision et du projet Collège Culinaire de France au niveau international à travers une démarche et la création d'une structure adaptée.

## 4

## LES ATELIERS RÉFÉRENTS

### NOUVELLE PRIORITÉ D'ACTION EN 2021

**Repréciser le rôle central des référents et les impliquer dans le déploiement d'une dynamique territoriale à partir du Collège Culinaire de France.**

Les chefs, les responsables de salle, les producteurs et artisans référents sont les relais en région des valeurs et des messages du Collège Culinaire de France. Ils ont vocation à contribuer, en première ligne, à la cohésion et au déploiement des initiatives et des actions locales.

Repréciser les enjeux de cette fonction, rappeler, à ceux qui le souhaitent, leurs engagements, et co-construire la réalité du Collège Culinaire de France sont les objectifs des ateliers référents, initiés en mars 2021 et animés par le bureau opérationnel du Collège Culinaire de France.

Organisés en 3 sessions, les ateliers permettent aux référents de contribuer à construire la stratégie du Collège Culinaire de France en régions en proposant des initiatives concrètes à l'échelle locale et nationale avec les membres, et découvrir les atouts et leviers de leurs rôles comme de véritables porte-paroles auprès des médias et édiles locaux.



#### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- S'appuyer sur les référents engagés et relais pour rencontrer des membres et mettre en place des initiatives locales (réunions d'échanges, événements, communication avec les médias...).
- Se sentir impliqués dans le projet du Collège Culinaire de France en régions grâce à un relais local des décisions prises par le bureau opérationnel et le comité de pilotage dans la personne du référent.
- Avoir un porte-parole dans la personne du référent pour défendre les attentes et besoins locaux auprès du bureau opérationnel et du comité de pilotage.



#### Grégory COUTANCEAU

##### Les Flots

La Rochelle, Poitou-Charente  
Restaurant de Qualité depuis 2014

« Les ateliers référents m'ont apporté de l'éclaircissement sur mon rôle. Je connaissais l'objet du Collège Culinaire de France, mais la feuille de route du référent doit être discutée et construite ensemble. Ces réunions doivent permettre de définir un axe de travail commun à tous les référents. Nous échangeons sur la mise en place d'initiatives au niveau local et national, il y a des pistes diverses et variées, et l'objectif est d'arriver à une synthèse de toutes ces idées afin de mettre tout le monde en ordre de marche.

« Si je prends un peu de hauteur, nous devons être moteur sur la dynamisation du territoire, par rapport aux producteurs et aux chefs. Et nous devons aussi prendre conscience qu'il ne faut pas rester sectaire. Car le rôle du Collège Culinaire de France est plus grand. Il y a un collectif unique, avec des producteurs et des restaurateurs exceptionnels, qui travaillent ensemble et coopèrent. Mais on doit prendre conscience que notre mission est encore plus importante que ça – que le message que nous portons est encore plus large encore. Il est le fil conducteur de toutes nos actions. »

#### INDICATEURS CLÉS

Nombre total de référents : 188  
Nombre de session 1 d'information : 4  
Nombre de session 2 d'engagement : 2  
Référents ayant participé aux sessions 1 et 2 : 52

## 5

## OUVERTURE DE L'APPELLATION DE QUALITÉ AUX ARTISANS PÂTISSIERS BOUTIQUES

### NOUVELLE PRIORITÉ D'ACTION EN 2021

**Le Collège Culinaire de France poursuit sa démarche de mobilisation et de valorisation des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaires.**



Afin de poursuivre le déploiement territorial du collectif et inciter les pâtisseries à considérer la transparence et la saisonnalité, le Collège Culinaire de France a ouvert en février 2021 son Appellation de Qualité aux artisans pâtisseries boutiques. En travaillant de pair avec la cheffe pâtissière Claire Heitzler, le collectif a pu définir des critères de qualité et déterminer les profils éligibles. Parallèlement, un lancement événementiel a permis d'interpeller les médias et l'opinion publique. Tandis qu'en amont, experts et protagonistes du secteur ont été informés en one to one de cette ouverture, une campagne de sensibilisation médiatique multicanale a été engagée à travers notamment une étude menée par un institut indépendant auprès d'un panel représentatif de la population française. Le Collège Culinaire de France ayant pour objectif de faire discuter et rencontrer différents acteurs culinaires pour faire émerger un nouvel écosystème alimentaire, cette ouverture aux artisans pâtisseries boutiques a permis aux nouvelles recrues de bénéficier d'un réseau de 2 600 professionnels avec qui coopérer et de s'appuyer sur des solutions pratiques (en matière de logistique, recrutement, communication, digital, etc.) pour amorcer un virage vers la saisonnalité et la transparence.

#### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Fierté d'appartenir à un collectif dynamique qui s'ouvre régulièrement à de nouveaux territoires métiers.
- Opportunité de rencontrer et de coopérer avec des hommes et des femmes des métiers de l'artisanat culinaire qui partagent les mêmes valeurs.



#### Claire HEITZLER

##### Claire Heitzler Conseil et Création

Comité d'experts Artisan Pâtissier  
Boulogne-Billancourt, Ile-de-France

« Le Collège Culinaire de France regroupe depuis sa création la plupart des métiers de bouche au sein d'une chaîne de l'artisanat culinaire et il est important aujourd'hui que la pâtisserie évolue avec ces mêmes valeurs. La pâtisserie artisanale est un métier de passion, nécessitant beaucoup de main d'œuvre et dégageant un taux de rentabilité plutôt faible, il me paraît donc nécessaire de soutenir et de valoriser cette activité. »

#### INDICATEURS CLÉS

Nombre de membres pâtisseries boutiques depuis le lancement en février 2021 : 19  
Nombre de retombées médias dont une avant-première publiée sur le site du Parisien qui a touché près de 18 millions de lecteurs : 15  
Nombre de posts de sensibilisation publiés sur les réseaux sociaux, qui ont permis de générer plus de 5000 likes : 40

## AXE 4 / UNE RÉPUTATION ET UNE INFLUENCE RÉFÉRENTES

Pour développer l'impact du Collège Culinaire de France sur ses environnements.

La communication et l'influence du Collège Culinaire de France sont pensées dans une démarche globale. La stratégie de communication et d'influence est élaborée en relation et en mesure étroites avec la vision, le projet et les axes stratégiques des grandes orientations 2025.

### Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2021 :

- Mettre en place une stratégie d'influence auprès de leaders d'opinion de nos univers métiers, des influenceurs et des politiques avec des positions centrées sur la vision, l'ambition, les principes et les valeurs du collectif.
- Développer la notoriété, la visibilité et l'attractivité du Collège Culinaire de France et de son Appellation à travers l'implication et la sensibilisation du grand public.

### Actions opérationnelles menées en 2021 :

- Élaboration de la stratégie de communication globale, cadre de référence opérationnel pour s'assurer de la pertinence des messages formulés, des publics visés et des actions engagées dans les 5 prochaines années.
- Lancement du premier baromètre pour suivre au plus près l'évolution de la relation des citoyens-clients aux restaurants, et ainsi permettre la mise en œuvre d'un plan d'actions associé.
- Redéploiement de l'implication auprès des écoles hôtelières venant renforcer les relations et l'influence du Collège Culinaire de France auprès des futures générations de cuisiniers et équipes de salle.
- Optimisation des newsletters à destination des différents publics visant à sensibiliser le plus grand nombre à la singularité des messages incarnés par le Collège Culinaire de France et ses membres :
  - Newsletters aux membres .
  - Newsletters aux professionnels du secteur d'activité.
  - Newsletters sectorielles auprès de la presse généraliste.
- Amplification des relations avec la presse régionale en créant une relation privilégiée avec la PQR valorisant les initiatives locales.

# 6

## LE BAROMÈTRE NOUVELLE PRIORITÉ D'ACTION EN 2021

### Le Collège Culinaire de France lance un sondage annuel auprès de la population française

Le Collège Culinaire de France a souhaité interroger la population française sur sa vision du restaurant et de son écosystème. Les résultats de l'étude engagée en janvier dernier par un institut de sondage indépendant ont ouvert et conforté les signaux d'une tendance et d'une prise de conscience identifiées depuis ces dernières années : la volonté des clients de développer un nouveau lien avec les restaurants jusqu'à aspirer à s'engager auprès d'eux.



### Autres chiffres clés de l'étude :

- 94% de la population française privilégie une cuisine de marché et des produits de saison pour choisir un restaurant.
  - 38% déclarent aimer avoir des informations sur les producteurs et les artisans qui travaillent avec les restaurants et 39% souhaitent avoir accès aux adresses de ces producteurs artisans.
  - 80% sont prêts à prendre des engagements pour soutenir restaurateurs et artisans.
  - 41% sensibilisent leurs enfants au bien manger en les emmenant au restaurant, tandis que 43% les emmènent au marché.
  - 61% aimeraient que leurs enfants travaillent dans les métiers de bouche, 52% dans les métiers de production et 51% dans les métiers de la restauration.
  - Et 45% ne sont pas choqués de voir des fruits rouges (frais, framboises, ...) sur des pâtisseries en hiver.
- Le Collège Culinaire de France a décidé de mettre en place un baromètre annuel pour suivre au plus près cette évolution et permettre la mise en œuvre d'un plan d'actions associé.

### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Disposer de chiffres réels sur la vision des Français sur le restaurant et son écosystème.
- Analyser d'une année sur l'autre l'impact des actions engagées.
- Adapter leurs projets en toute connaissance de cause.

### Damien DESPRÉS Aubergine

Montrouge, Ile-de-France  
Restaurant de qualité depuis 2014



« Dès la fermeture, nous avons eu beaucoup de messages de soutien de nos clients. Nous avons compris que nous avons créé une vraie communauté sur laquelle nous pouvons compter. »

### INDICATEURS CLÉS

Plus de 20 retombées médiatiques obtenues.

## CRÉATION DE L'APPELLATION : ÉCOLE PROFESSIONNELLE RECONNUE PAR LE COLLEGE

### NOUVELLE PRIORITÉ D'ACTION EN 2021

#### Renforcer la chaîne de la qualité

Dans la chaîne humaine des métiers de l'artisanat culinaire, les écoles professionnelles sont un maillon fondamental qui porte la responsabilité de former les nouveaux acteurs de la restauration en cuisine et en salle.



Après la signature de la Charte de Saisonnalité par 14 écoles, le Collège Culinaire de France souhaite aller plus loin et intégrer les écoles professionnelles sur les mêmes bases de valeurs et comportements qui fondent sa démarche, à travers la création d'une nouvelle appellation « Ecole Professionnelle reconnue par le Collège Culinaire de France ».

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Développer l'implication de ce maillon de la chaîne de la qualité.
- Mettre en lien les écoles professionnelles reconnues par le Collège Culinaire de France et les membres du collectif.
- Monter des projets communs en lien à la transmission des savoir-faire et savoir-être.



**ÉRIC BRIFFARD**  
Le Cordon Bleu  
Chef fondateur  
Paris, Ile-de-France

« Cela me paraît essentiel de mettre les écoles professionnelles au même niveau que les restaurateurs ou producteurs artisans ; ils sont l'avenir de nos métiers et doivent absolument être au cœur de notre collectif ».

#### INDICATEURS CLÉS

9 écoles candidates pour l'année scolaire 2021-2022.

## AXE 5 / UN DIGITAL INNOVANT À HAUTE VALEUR RELATIONNELLE

### Pour développer une approche innovante du digital au service de notre écosystème

La digitalisation des écosystèmes est une priorité de tout projet ou de toute entreprise mais elle n'a de sens que si elle est au service d'un projet et des hommes et des femmes qui s'y engagent.

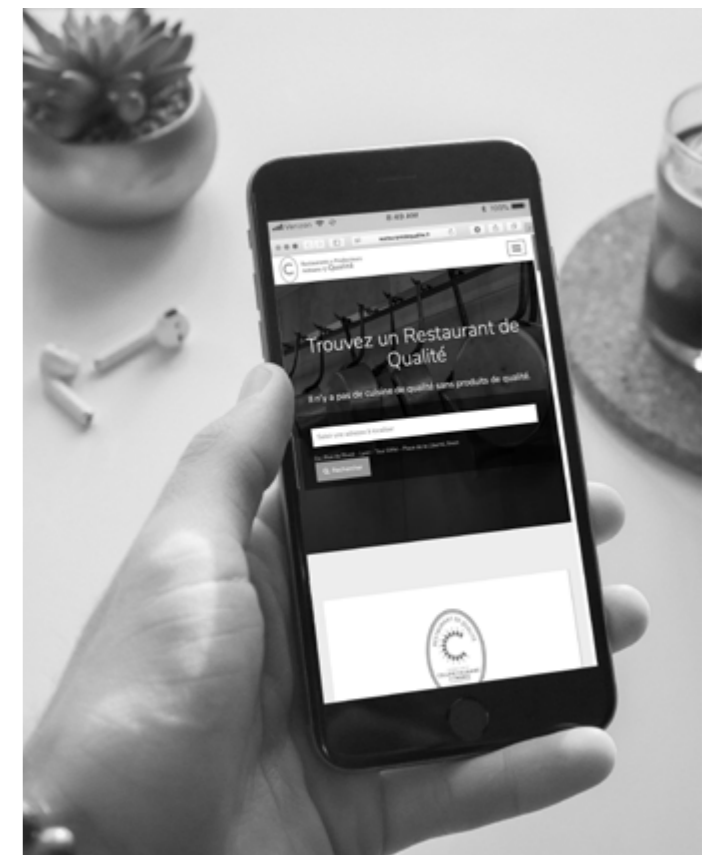
C'est pour cette raison que le Collège Culinaire de France a souhaité déployer sa digitalisation. Afin de dynamiser en continu la communication digitale sur chacun des axes stratégiques retenus, l'enjeu est de la faire s'approprier par le plus grand nombre, de rechercher et innover en permanence tant sur la forme que sur le fond.

#### Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2021 :

- Intégrer de façon productive les évolutions technologiques de l'univers digital et de l'environnement sociétal au service du projet du Collège Culinaire de France.
- Soutenir et développer par ces technologies la valeur humaine relationnelle, ADN du collectif.

#### Actions opérationnelles menées en 2021 :

- Évolution continue du site internet pour en développer sa productivité et sa performance au regard des changements durables amorcés avec l'année Covid et notamment la création de la rubrique Garde-Manger.
- Optimisation de l'utilisation des data et des outils d'inbound marketing pour faire passer les messages singuliers du Collège Culinaire de France à des profils différents.
- Déploiement de nouvelles fonctionnalités exclusives au sein de l'espace membre afin de répondre au plus près à certaines de leurs problématiques métiers tout en renforçant l'identification d'autres membres du collectif via un outil de recherche unique, favorisant ainsi l'accès à la coopération.
- Amélioration continue et approfondie du CRM : outil de pilotage inédit qui illustre le niveau de professionnalisme du collectif.



### Valorisation digitale des boutiques en ligne des membres du Collège Culinaire de France

Suite à la crise sanitaire et l'annulation en fin d'année 2020 des marchés de Noël, le Collège Culinaire de France a souhaité soutenir ses membres en développant un espace digital référençant l'ensemble des boutiques en ligne de ses membres : le Garde-Manger. Ce ne sont pas moins de 500 producteurs et artisans, qui y exposent le meilleur de leur savoir-faire, répartis sur 24 catégories de produits.



### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Développer sa visibilité.
- Optimiser les outils du Collège Culinaire de France.
- S'approprier un nouveau canal de diffusion.
- Valoriser ses amis Producteurs Artisans en partageant sa liste de coups de cœur.



### Témoignages de médias

#### Le Journal des femmes

« Un garde-manger virtuel rempli de produits d'artisans de qualité. Une initiative qui tombe à pic pour se faire plaisir et régaler ses proches. »

#### Time Out

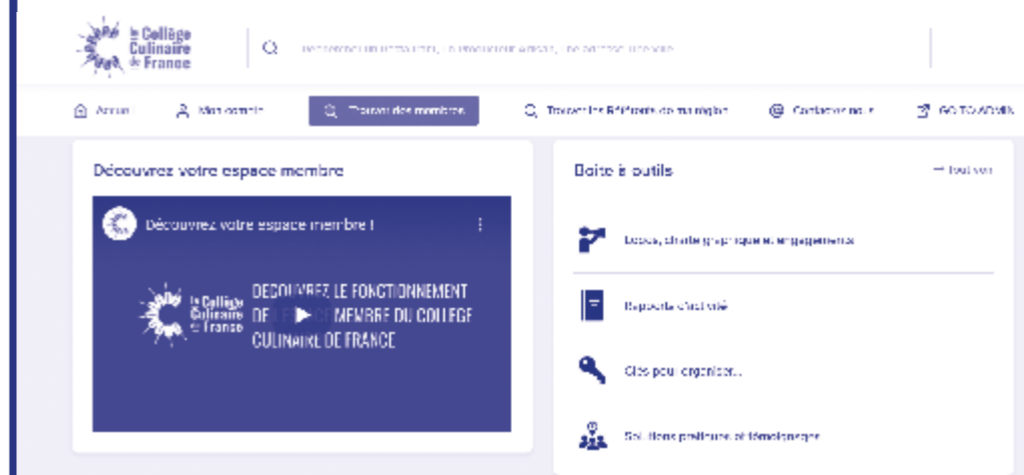
« Un e-shop gourmet ultra pointu. Plus de 500 petits producteurs triés sur le volet, recommandés par les plus grands chefs. »

### INDICATEURS CLÉS

7620 visiteurs depuis novembre 2020.  
577 producteurs et artisans représentés.  
24 filières représentées.

### Vers un véritable outil d'intégration et de développement au sein du Collège Culinaire de France

Le Collège Culinaire de France a réalisé pour ses membres un nouvel espace dédié, accessible depuis son site internet. On y retrouve d'une part la compilation d'informations et de guides pratiques sur la boîte à outils et d'autre part, le développement d'un moteur de recherche avancé.



### YANNICK MAURICE Micromégas

Saint-Sever, Nouvelle-Aquitaine  
Producteur Artisan de Qualité depuis 2019

Grâce à cette fonctionnalité, il est notamment possible d'effectuer des recherches parmi les membres en fonction de critères tels que la géolocalisation, le métier ou le produit s'il favorise ainsi la naissance de coopération au sein du collectif.

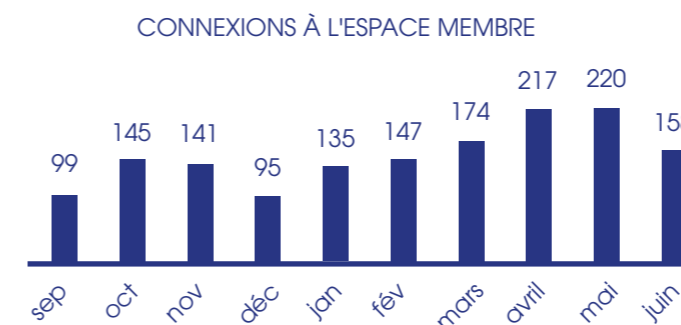
### Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- Accès à un moteur de recherche puissant entre membres.
- Obtenir les clés pour une bonne intégration et un bon développement dans le collectif.

« Nous utilisons cet espace sur trois aspects : d'une part, pour l'organisation d'événement, comme le Marché des Ravitailleurs du mois de mai, pour lequel nous avons cherché tous les producteurs dans les 50 kilomètres autour de la brasserie. Nous l'utilisons également pour notre sourcing de matières premières en effectuant des recherches par produit. Par exemple, nous voulions créer une bière à la fleur de sureau, et c'est comme cela que nous avons trouvé Hollybel, la Ferme du Houx, avec qui nous collaborons maintenant. C'est aussi via l'espace membre que nous avons découvert Anne-Cécile Barbier, des Chemins du Pains, avec qui nous avons co-créé une bière au pain. Enfin, nous nous en servons également pour trouver les restaurants membres du collectif dans notre région avec qui nous prenons contact afin de leur présenter nos bières. Nous avons pu découvrir de nombreux membres du collectif grâce à l'espace membre, c'est un super outil ! »

### INDICATEURS CLÉS

Depuis septembre 2020, plus de 1500 connexions à l'espace membre :



# Bilan financier 2020 et 1<sup>er</sup> semestre 2021

## Préambule sur les ressources financières

Le Collège Culinaire de France est une association loi 1901 totalement indépendante financièrement de l'industrie agro-alimentaire et des pouvoirs publics, ce qui en fait une de ses singularités majeures et lui confère une autonomie totale dans ses décisions et le déploiement de ses actions.

### La source unique de cotisation du Collège Culinaire de France provient du financement d'engagement de chacun de ses membres.

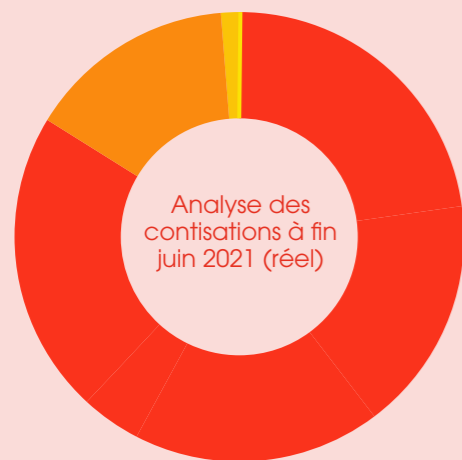
La cotisation est fixée à 1€/jour soit 30€ HT/mois pour chaque membre et sans augmentation depuis la création de l'Appellation en avril 2013. A cela s'ajoute, depuis 2018, une contribution complémentaire de 30€ HT annuel par entreprise membre. Cette contribution est dévolue à l'organisation, de la Grande Rencontre Annuelle, que celle-ci soit présente ou digitale, et qui n'accepte aucun sponsoring de marque afin de toujours préserver la totale liberté de messages, de prises de position et d'engagements face à l'industrialisation et à la standardisation alimentaire.

Les chefs fondateurs du Collège Culinaire de France doivent s'acquitter d'une contribution supplémentaire, en plus de cotiser pour chacun de leur établissement. Ils versent une contribution d'engagement supplémentaire de 1 000€ TTC chaque année, en plus de celles versées comme tous les autres membres.

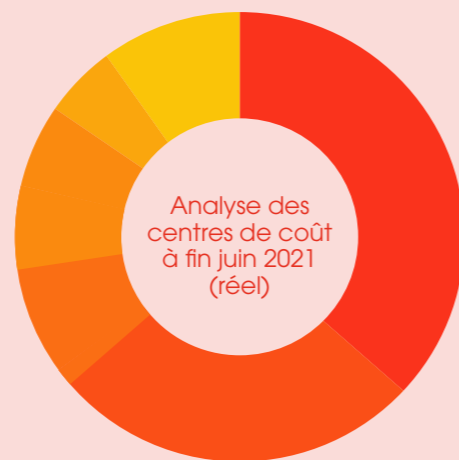
Le budget du Collège Culinaire de France est validé par le Conseil d'Administration. Il est géré et optimisé quotidiennement par la secrétaire générale et l'expert-comptable qui accompagne le Collège Culinaire de France depuis sa création ainsi qu'une société de conseil SMASH qui assure depuis 2020 la fonction de Directeur Administratif et Financier de façon externalisée.

La société SMASH assure le contrôle de gestion et une comptabilité analytique avec un suivi et une vérification en temps réel des dépenses et des contributions afin de permettre une meilleure vision de l'utilisation et de la productivité des charges de l'association.

## Analyse des centres de coûts au 30 Juin 2021



- 83,9 % RQ / PAQ
- 14,3 % Rencontre Annuelle
- 1,7 % Fondateurs
- 0,1 % Autres



- 33 % Salariés
- 25 % Externe
- 7 % Frais de fonctionnement
- 13 % Prestataires
- 4 % Communication interne
- 13 % Communication externe

## 2020-2021, des années exceptionnelles

La situation aussi brutale qu'inédite place la plupart des membres de l'association, à des degrés divers, dans une position de fragilité, voire pour certains de détresse personnelle, professionnelle et économique.

En 2020, au lendemain de la fermeture administrative des restaurants, le Collège Culinaire de France a immédiatement annoncé sa décision d'annuler, pour tous, la cotisation du mois d'avril tout en optimisant le travail réalisé par les équipes pour venir en soutien à ses membres.

Suite à la décision d'annuler la cotisation du mois d'avril, le Collège Culinaire de France a été obligé de faire une demande de PGE qui a été approuvée en août 2020. C'est la première fois depuis sa création que l'association fait un emprunt à la banque.

Comme en 2020, malgré la fermeture des restaurants pendant près de 6 mois, l'équipe opérationnelle du Collège Culinaire de France a continué de soutenir et

de renforcer les actions productives qui génèrent des opportunités opérationnelles, comme en témoignent tous ceux qui s'y impliquent.

Tout cela nécessite la mobilisation de moyens humains et financiers soutenus, tout en gardant notre indépendance. C'est ce qui devra permettre à chacun d'utiliser au maximum le potentiel du Collège Culinaire de France, encore trop souvent méconnu et inexploité par beaucoup de ses membres.

Ces perspectives sont le prix de la survie du modèle d'avenir défendu par le Collège Culinaire de France. C'est le prix du maintien de l'apport collectif à chacun constitué au fil des années. C'est ce que coûte la création de valeur durable portée par le Collège Culinaire de France et la synergie unique que chaque membre incarne, entre les hommes et les femmes de métier, de la terre et de la mer à l'assiette, pour la transmission et l'avenir du patrimoine culinaire artisanal fait un emprunt à la banque.

## Échéancier des prélèvements pour l'année 2021

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
30 HT	30 HT	30 HT	30 HT	30 HT	30 HT
Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
30 HT	30 HT	30 HT	60 <sup>(1)</sup> HT	30 HT <sup>(2)</sup>	30 HT

(1) Cotisation d'Octobre + Contribution à l'indépendance de la Grande Rencontre Annuelle

## Analyse de la situation pour la fin de l'année 2021

Malgré les aides que certains ont pu obtenir, d'autres n'ont pas réussi à passer cette crise sans précédent, les obligeant à quitter le Collège Culinaire de France, ce qui n'empêche pas l'équipe opérationnelle du Collège Culinaire de France de rester en contact avec eux pour poursuivre le soutien quand celui-ci est possible.

Cependant le nombre de résiliations, même s'il s'est logiquement révélé plus important que les autres années, reste modéré au vu de la période que traverse le secteur d'activité. Le nombre de candidatures de qualité souhaitant rejoindre le Collège Culinaire de France chaque mois est néanmoins très encourageant pour l'avenir du collectif et le modèle économique de celui-ci. Et cela est d'autant plus satisfaisant que nous avons renforcé les critères de sélection et d'exclusion malgré la période difficile. Il en va pour nous tous du maintien de la qualité du réseau.

De plus, le remplacement de la Grande Rencontre Annuelle 2020 par des événements en 2021 plus nombreux, plus locaux mais forcément moins coûteux ont permis de maintenir l'équilibre du bilan financier 2020-2021.

Nous devons tous maintenir l'effort engagé si voulons assurer la pérennité du modèle de passion et d'engagement de l'artisanat et de la diversité culinaires que nous incarnons. Parce que, chaque jour nous en convainc un peu plus, c'est, et ce sera, le seul modèle viable dans la durée. Nous n'avons plus le choix.

# DOSSIER SPÉCIAL 2021

## LA COOPÉRATION

### Définitions préalables

**Collaborer et coopérer sont de nature, d'espace et de temporalités différentes.**

Pour comprendre l'importance de la « coopération » nous devons, au préalable, nous efforcer d'en clarifier le sens, trop souvent confondu ou assimilé au mot « collaboration ».

- **Collaborer** c'est travailler ensemble. C'est mobiliser des compétences complémentaires sur un projet précis défini dans le temps. La collaboration relève d'une logique contractuelle implicite ou explicite.
- **Coopérer** c'est œuvrer ensemble. C'est faire œuvre commune dans la durée. C'est mobiliser et initier des comportements structurels qui s'inscrivent dans le temps. La coopération relève d'un engagement. Coopérer consiste à construire un socle de relation humaine, à travers le partage d'expériences vécues, dans le cadre d'une confiance acquise par le partage d'une vision et de valeurs communes.

#### Différence spatiale.

- Coopérer demande d'entrer dans l'espace de l'autre en interaction qui va au-delà de la seule juxtaposition. La coopération relève de l'horizontalité et sous-entend une logique de « transdépendance ».
- La collaboration relève de la verticalité et sous-entend souvent une logique de hiérarchie.

#### Différence temporelle.

- Coopérer s'inscrit dans un temps long qui va au-delà d'une simple collaboration. La coopération est le support d'une relation culturelle ouverte sur un temps long.
- La collaboration est le support d'une relation outil paramétrée dans un temps défini.

### Contexte actuel

**La coopération a toujours été un facteur de progrès humain.**

Nous vivons dans le paradoxe d'un monde hyper collaboratif qui cache, en fait, une crise de la coopération. Les connexions et les communications rapides et intenses donnent l'apparence d'une société de coopération. Ainsi, cette crise de la coopération est occultée par une hyperactivité collaborative. L'activité frénétique de collaborations, d'associations, de connexions dévore la coopération dans tous les domaines, stimulée par un développement numérique addictif et vertigineux.

**La transition numérique détruit le temps long qui seul peut construire le durable.**

Le présent nous pressure, l'immédiateté lobotomise les cerveaux.

Le règne de l'instant crée un temps unidimensionnel qui évacue l'humain.

L'avenir nous écrase. La perspective de plus en plus précise de la crise écologique ferme l'horizon temporel.

**La crise de la coopération est au cœur de cette évolution.**

La coopération est attaquée par l'intermittence qui réduit en permanence le champ attentionnel.

La continuité sociale des relations humaines n'est plus possible.

**Nous sommes entrés dans une société de connexions numériques de plus en plus rapides et de relations humaines de plus en plus réduites.**

### La coopération, fer de lance des membres du Collège Culinaire de France

Le Collège Culinaire de France a placé la coopération au cœur de sa culture et de son développement

#### Penser et agir en 3 dimensions

Face au monde qui advient chacun est interpellé chaque jour, chaque instant, en trois dimensions : soi, les autres, le monde. Nous ne pouvons plus penser et agir sans le faire simultanément en conscience et responsabilité de ces trois dimensions. Ce n'est même plus une question d'éthique, c'est une question de survie pour nous fixer des repères et nous situer dans un monde qui nous propulse « hors sol » et « hors temps ».

La coopération implique d'apprendre et de cultiver le lien à soi-même, le lien aux autres et le lien à l'ensemble du vivant. Elle est la démarche qui nous permet de relier en interactions et en synergie la relation à soi, la relation aux autres et la relation au monde. Elle génère progressivement une osmose qui permet à chacun de se désincarner des forces systémiques qui nous asphyxient à feu doux.

Ce triptyque est la clé qui permet à la coopération d'ouvrir les champs du possible et de donner toute sa puissance.

#### Reconquérir sa liberté relationnelle

On « s'impuissante » doucement...

- Augmenter son temps de liberté attentionnelle (cf. nous sommes réduits à la mémoire d'un poisson rouge)
- Augmenter son temps d'échanges et de convivialité présents.

#### Reprendre le pouvoir sur soi en se réappropriant le temps numérique

Apprendre la technocritique pour utiliser la technologie comme outil au service de la valeur humaine et non l'inverse. Soumettre le vécu et les perspectives d'évolution numérique au filtre de notre triptyque. Estimer en permanence la détermination et l'impact du numérique sur ces trois dimensions évoquées plus haut.

#### Apprendre à vivre et à faire vivre les trois règles comportementales de la culture du Collège Culinaire de France

Elles sous-tendent l'efficacité de la coopération : Bienveillance, Curiosité, Responsabilité.



## Pour le Collège Culinaire de France la mise œuvre opérationnelle d'une coopération effective passe par 4 points

### 1. Apprendre le métier de l'autre pour le comprendre en faisant l'expérience de l'expérimenter.

Pour utiliser tout le potentiel qu'offre la coopération il faut d'abord apprendre à connaître et à comprendre la logique de l'autre. Cela implique de se mettre à la place de l'autre. Les membres du Collège Culinaire de France expérimentent cette approche de nombreuses façons : les Restaurants de Qualité conçoivent leurs menus en fonction du rythme des saisons dicté par les Producteurs Artisans de Qualité en local. Les Restaurants de Qualité emmènent leurs équipes chez les Producteurs Artisans de Qualité et apprennent les méthodes de production. Les Producteurs Artisans de Qualité visitent les Restaurants de Qualité et apprennent la façon de travailler les produits. Les Producteurs Artisans de Qualité apprennent avec les Restaurants de Qualité en cuisine ce que transformer la nature en culture veut dire. Les clients convives deviennent co-acteurs de la qualité en expérimentant le métier de restaurateur durant une journée depuis l'origine et le choix des produits jusqu'aux métiers de la cuisine et de la salle, ...



**Antoine MASCHI et Candice PEYTOUR**  
**Chocolat Encuentro**  
Lille, Hauts-de-France  
Producteur Artisan de Qualité depuis 2018

« En tant que fabricants de chocolat engagés, nous travaillons main dans la main avec les producteurs : nous les appelons très régulièrement, dès qu'il y a un souci de qualité, nous n'hésitons pas à les contacter directement par téléphone pour comprendre les problèmes... Nous avons une vraie relation de confiance, de proximité et de transparence avec eux. »

### 2. Mobiliser chaque maillon de la chaîne en co-auteur et co-acteur gagnant-gagnant de la valeur

La coopération implique de s'adresser à la qualité et au comportement des personnes derrière les personnages. Pour être pleinement efficient, cela implique de sortir des hiérarchies de statut. Au Collège Culinaire de France il n'y a plus de petits ou de grands personnages. Il y a des hommes et des femmes de métiers, tous artisans. Chacun porteur d'une identité forte et affirmée qui se définit à partir de la contribution de valeur qu'il apporte dans la chaîne d'interdépendance qui va de la terre et de la mer à l'assiette. La conviction qui sous-tend la coopération est que « je ne peux gagner que si je fais en sorte que l'autre gagne également à sa juste valeur ».

La notion de compétition, d'essence verticale qui écrase, s'efface au profit de la coopération d'essence horizontale qui conjugue.



**Frédéric BELLO**  
**Boucherie Bello**  
Lyon, Auvergne-Rhône Alpes  
Producteur Artisan de Qualité depuis 2019

« Une à deux fois par semaine, lorsque que je me rends chez mes éleveurs, un membre différent de mon équipe m'accompagne. On va aussi visiter les abattoirs, une étape importante dans notre chaîne et il faut en avoir conscience. Une fois par mois, c'est avec toute l'équipe que l'on va rendre visite à nos producteurs. »

### 3. Créer de la valeur ajoutée économique à partir de la valeur humaine relationnelle

La démarche de coopération inverse la logique économique traditionnelle. Elle permet de sortir d'un économicisme non adapté aux métiers de passion de l'artisanat et de la diversité culinaires, pour générer de la valeur économique à partir de la création de valeur relationnelle. C'est l'interaction entre chaque membre de la chaîne humaine des métiers du Collège Culinaire de France qui doit produire de la valeur économique pour chacun. Cela implique l'apprentissage d'un comportement relationnel qui ouvre les portes de nouveaux espaces d'échanges et de rentabilité. La démarche du Collège Culinaire de France, forte des réalisations concrètes développées sur ce terrain, prépare, pas à pas la définition, d'une nouvelle économie de la coopération, seule capable d'affronter les incertitudes et la dynamique des forces des sociétés en mutation.



**Jean-Michel QUERCI**  
**O mà ! Gourmandises**  
Saint-Florent, Corse  
Producteur Artisan de Qualité depuis 2016

« Sébastien Rialland et moi avons un projet en tête mais sa mise en place ne devait pas être si immédiate ; le Covid-19 nous a poussé à réagir ! Aujourd'hui on y est, la mise en place de notre food truck est en bonne voie. Au menu : du poisson ! La semaine dernière, nous avons fait des essais : soupe d'araignée, liche à la basquaise, burger de thon, et j'en passe... Nous sommes prêts pour l'inauguration le 26 juin prochain à la Citadelle de Bastia. On va pouvoir bouger, être opérationnel pour des événements privés, des salons, des foires... à voir ce que nous réserve le futur ! »

### 4. Innover en expérimentant de nouveaux modes de relations

La coopération est une source de créativité et d'innovation incomparable. Elle permet d'ouvrir de nouveaux horizons qui rebondissent en permanence des apports des uns aux autres, issus des partages d'expériences. La bienveillance, la curiosité et la responsabilité constituent le terreau fertile sur lequel émergent et peuvent être expérimentées collectivement les démarches les plus innovantes.



**Nadia SAMMUT**  
**Auberge la Fenière**  
Cadenet, Provence-Alpes Côte d'Azur  
Restaurant de Qualité depuis 2016

« J'ai créé ma ligne de conserverie familiale Sammut. Et je travaille avec et pour de nombreux producteurs locaux. Nous collaborons pour créer la recette. Je produis les conserves et ils les vendent sur leurs étals. Résultat : une nouvelle offre, une nouvelle source de revenus, un nouveau lien entre nous. Je suis partisane d'une économie régénératrice qui crée de la valeur au lieu de la détruire. Ceci en est une belle illustration. »



## Le pilotage de chacun de ces 4 points se fait à partir d'une seule question : Qu'est-ce que l'on crée comme valeur humaine relationnelle ?

Se référer pour plus de témoignages sur cette coopération et la création de valeur relationnelle et économique au Carnet d'Inspiration : <https://carnetdinspiration-ccf.squarespace.com/>

### L'avènement d'une économie de la coopération et d'une ouverture sociétale

#### **CELA CONSISTE À REPLACER L'ÉCONOMIE À SA JUSTE PLACE.**

##### **Ressourcer la vision de l'économie :**

Une économie de la coopération conjugue la transition sociale et la transition écologique face à l'accélération de la transition numérique destructrice du temps long et de la relation humaine.

##### **Passer d'une économie de la compétition à une économie de la coopération :**

Cela veut dire produire de la valeur économique à partir de la coopération. Une économie des liens, de l'interdépendance et des interactions productives. Cela permet de créer de la valeur économique durable, seule capable de soutenir le développement d'une démarche d'artisanat et de diversité culinaire.

##### **La passion ne pourra survivre longtemps à une économie de la compétition fondée sur l'immédiateté, la séparation, la destruction des liens :**

#### **CELA CONSISTE À REPLACER LA GASTRONOMIE EN PERSPECTIVE SOCIÉTALE.**

Le Collège Culinaire de France a adopté la définition visionnaire de la gastronomie écrite par Jean Anthelme Brillat Savarin dans son ouvrage fondateur La Physiologie du Goût (1825) :

**La gastronomie est la connaissance raisonnée de tout ce qui concerne l'homme en tant qu'il se nourrit. Son but est de veiller à la conservation des hommes au moyen de la meilleure nourriture possible.**

En effet cette définition est en harmonie avec les ambitions et les messages portés par le Collège Culinaire de France :

- Elle désenclave la gastronomie de l'élitisme qui lui est encore trop souvent rattaché au XXIème siècle.
- Elle parle des hommes et des femmes : de ceux qui la consomment mais aussi de ceux qui la produisent, ceux qui la cuisinent et de ceux qui la servent.
- Elle s'inscrit dans le triptyque souvent évoqué par le Collège Culinaire de France :
  - Le rapport avec soi - Bien manger pour sa santé.
  - Le rapport avec les autres - Bien manger comme lien social.
  - Le rapport avec le monde - Bien manger pour la planète.

Plus largement encore, nous l'avons inscrit en horizon philosophique et politique, avec la création de la Fondation Gastronomie Humaniste - Institut de France qui soutient et élargit la démarche du Collège Culinaire de France.

Définition sociétale de la Fondation Gastronomie Humaniste :

*« La gastronomie est un humanisme, avenir philosophique et politique d'une civilisation de l'empathie. »*

*Christian Regouby*

# Les perspectives 2022

# 03

# DÉCLINAISONS DES 5 AXES STRATÉGIQUES EN ACTIONS POUR 2022

Les axes stratégiques ont fixé le cadre d'actions à 5 ans pour servir la raison d'être, la vision, la mission et l'ambition du Collège Culinaire de France.

A l'intérieur de ce cadre le Collège Culinaire de France définit pour chaque année à venir une sélection et un ordre de priorité des actions à mener.

Cette sélection et ce choix des priorités se fait en analysant et en prenant en compte plusieurs facteurs : notamment l'analyse et les résultats obtenus l'année précédente, l'évolution du contexte sociétal et métier, les atouts et handicaps de la position du Collège Culinaire de France au sein de ce contexte, les perspectives de chaque axe stratégique en fonction des enjeux, des atouts et de l'actualité, de la dynamique des forces en jeu, des ressources humaines et financières mobilisables, de la cohérence et du renforcement de la progression du Collège Culinaire de France sur ses fondamentaux.

# 1

## Renforcer l'identité singulière du Collège Culinaire de France

Pour continuer d'affirmer et de baliser la singularité de la vision du Collège Culinaire de France.

### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Ouvrir le Collège Culinaire de France aux **écoles hôtelières** avec l'objectif de plusieurs effets à court et long terme à la fois sur l'ambition affichée du Collège Culinaire de France mais aussi pour chacun des membres afin de contribuer à agir à la source des problèmes de recrutement et de management rencontrés aussi bien chez les restaurateurs que chez les producteurs artisans.
- Recruter un profil dédié à **la fidélisation** dans l'équipe Réseau qui viendra renforcer les relations avec chacun des membres et notamment contacter chaque membre au moins une fois dans l'année (RDV téléphonique ou physique) pour recueillir ses initiatives en phase avec les ambitions du Collège Culinaire de France et l'informer sur celui-ci.
- Poursuivre le renforcement de la rigueur de **la sélection et du contrôle** des membres en finalisant la qualification des filières et en rendant les critères métiers accessibles aux membres.
- Soutenir et développer la formation, l'appropriation et l'engagement **des référents régionaux** afin d'en faire de véritables leviers pour porter les ambitions du Collège Culinaire de France.



# 2

## Faire émerger les bases d'un nouveau modèle économique

Pour théoriser par de nouvelles expérimentations, la recherche, et les ajustements opérationnels d'un nouveau modèle économique de la coopération.

### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Digitaliser le **Carnet d'Inspiration** regroupant les bonnes pratiques des membres génératrices de valeur ajoutée économique issue de la Haute Valeur Relationnelle pour le rendre accessible de tous.
- Créer un module dans l'espace membre pour compiler et partager des **solutions ayant apporté une valeur ajoutée mesurable** à certains membres et dont ceux-ci voudraient témoigner.
- Formuler en système le nouveau **modèle économique** fondé sur la HVR et la coopération pour le rendre utilisable opérationnellement aux membres :
  - Approfondissement modèle économique par expériences de coopérations.
  - Attachement d'experts adaptés.



# 3

## Élargir les territoires d'actions du Collège Culinaire de France

Pour affirmer une présence et visibilité terrain en régions, et mobiliser tout l'écosystème en ressources théoriques, philosophiques, politiques et opérationnelles.

### La priorité centrale pour l'année 2022

Le Collège Culinaire de France poursuit sa démarche de mobilisation et de valorisation des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaires. Lorsque l'on parle de territoires d'actions, il peut s'agir de territoires géographiques comme de territoires artisanaux à savoir de filières. Cependant, en aucun cas le développement du collectif à de nouveaux territoires ne peut se faire au détriment de la qualité ou des territoires déjà existants. Cette exigence impose des contrôles et une sélection de plus en plus poussés mais aussi de plus en plus de moyens humains et financiers pour aboutir à ces objectifs de déploiement en maintenant la même rigueur.

### L'ANNÉE D'UN DÉPLOIEMENT ACTIF DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE EN RÉGIONS

Les territoires régionaux vont constituer, dans les mois et l'année à venir, un enjeu majeur pour l'artisanat et la diversité culinaires et pour la gastronomie en général. L'évolution des comportements liés aux effets de la pandémie a marqué un fort développement vers les territoires, avec une recherche de ré-ancrage des liens aux terroirs et au besoin de proximité. Le rôle des territoires va, de fait, se retrouver au cœur des enjeux politiques, économiques et sociétaux des prochaines années. L'histoire et la réalité de la chaîne des membres du Collège Culinaire de France, dans chaque région de France, constituent un atout majeur pour déployer une position centrale du Collège Culinaire de France dans chaque région de France. La mobilisation de tout l'écosystème va devoir jouer en synergie avec celles et ceux qui souhaiteront s'inscrire dans cette nouvelle dynamique. Les référents, en particulier, auront un rôle majeur à jouer dans cette nouvelle donne.

### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Assurer a minima une **rencontre physique par région** en 2022 permettant aux membres d'échanger sur leurs perceptions, leurs problématiques et leurs solutions mais aussi de s'approprier et de vivre les valeurs, la culture et les ambitions du collectif (JER ou Apéro Complice).
- Doubler chacune de ces rencontres d'une **version digitale** (Café de (re)connexion) pour permettre à ceux qui n'auraient pas pu se déplacer d'avoir sans la convivialité la possibilité d'être mis à jour sur le Collège Culinaire de France et de donner également leurs inputs.
- Mettre en place une **stratégie d'influence avec les offices de tourisme** et édiles locaux dans les régions de France.
- Développer un maillage du terrain au niveau régional et local auprès de tous les décideurs et de toutes les organisations, associations et citoyens en s'appuyant sur les connexions de l'écosystème.  
[Se référer au chapitre L'Ecosystème Global du Collège Culinaire de France page 69 pour plus de détails].

## UN ÉLARGISSEMENT DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE À DE NOUVEAUX TERRITOIRES ARTISANAUX

Lorsque le Collège Culinaire de France s'ouvre à un nouveau territoire artisanal, il sollicite des experts compétents et bénévoles pour qualifier la filière en question. Qualification de la chaîne des métiers d'une part, critères de qualité concernant le travail et l'état d'esprit des artisans d'autre part. Ils sont ensuite consultés tout au long de l'année pour émettre un avis consultatif au même titre que les référents régionaux sur les candidats à la filière en question.

[Se référer au chapitre *Sélection & Contrôle dans la rubrique Fondamentaux* page 52 pour plus de détails]

### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Approfondir chacune des **filiales** déjà impliquées au Collège Culinaire de France avec un véritable plan d'actions et de communication autour de chacune des filiales.
- S'ouvrir à de nouveaux domaines de l'artisanat comme en 2021 avec les pâtisseries (Territoires prioritaires encore en réflexion au niveau du CRIO : Arts de la table, traiteurs, épiceries...).

### UNE EXTENSION POSSIBLE DU MODÈLE COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE A L'INTERNATIONAL

Depuis sa création, le Collège Culinaire de France a toujours affirmé sa volonté de contribuer au rayonnement de la gastronomie et des valeurs du patrimoine culinaire artisanal et de la diversité en France et à l'international. La diffusion de sa démarche, de ses valeurs et de ses pratiques doit par définition être portée par-delà les frontières en fonction des priorités et des moyens du Collège Culinaire de France. Plusieurs actions ont déjà été engagées dans ce sens (se référer au rapport d'activité 2020).

Afin de répondre à cet enjeu d'internationalisation, le Collège Culinaire de France va devoir mettre en place un plan d'actions mais également une structure nécessairement adaptée à l'importance et à la charge de cet enjeu. Le monde est un monde définitivement ouvert, c'est pourquoi le Collège Culinaire de France se doit d'affirmer collectivement dans les années à venir le dynamisme de la gastronomie en France tout en accompagnant le développement du patrimoine culinaire artisanal dans le monde face à l'industrialisation et à la standardisation alimentaire mondiale.

### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Élaborer une stratégie de diffusion de la vision et du projet Collège Culinaire de France au niveau **international** à travers une démarche et la conception d'une structure adaptée.
- Mettre en place une démarche inverse à la logique de mondialisation. Il s'agira de partir de la diversité des artisanats culinaires de chaque pays et de leurs régions pour promouvoir une planétisation qui fasse émerger les dénominateurs communs de valeurs ajoutées humaines relationnelles universelles.

# 4

## Développer la visibilité et l'influence du Collège Culinaire de France

Pour continuer d'approfondir, de faire vivre et d'illustrer ses fondamentaux et sa philosophie singulière.



### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Mettre en place et animer un « **cercle d'influence** Collège Culinaire de France » pour agréger des personnalités inspirantes et vectrices de messages clés du collectif permettant d'amplifier sa notoriété et sa réputation.
- Être en synergie avec la dynamique de projets et d'engagements de l'**écosystème** global pour renforcer l'assise régionale et la proximité locale du Collège Culinaire de France.
- Affiner par public la stratégie de communication globale mise en place en 2021 afin que les messages portés par le Collège Culinaire de France soient compréhensibles de tous et mettre en face le plan d'actions / communication approprié porté par les membres du Collège Culinaire de France :

- Créer des Newsletters à destination des différents publics visant à sensibiliser le plus grand nombre à la singularité des messages incarnés par le Collège Culinaire de France et ses membres : Newsletters aux professionnels du secteur d'activité (membres et non membres), Newsletters aux cercles d'influence, Newsletters grand public.

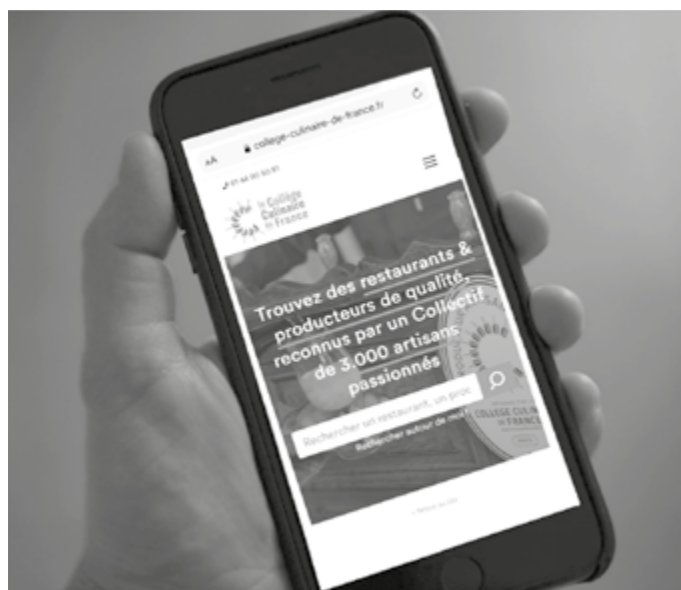
- Formation aux membres pour poursuivre les actions de déploiement interne afin de faire connaître le Collège Culinaire de France et ses valeurs singulières à toutes les équipes.

- Faire émerger une expression de communication de fond sur des approches et prises de positions innovantes en résonance avec la vision et l'ambition du Collège Culinaire de France.

# 5

## Poursuivre la digitalisation du Collège Culinaire de France

Pour déployer l'approche innovante du Collège Culinaire de France en ergonomie, éducation et comportement d'utilisation.



### Nouvelles actions 2022 opérationnelles mesurables :

- Optimiser la transformation du nouveau site internet pour en développer la productivité et la performance au regard des objectifs des 4 prochaines années.
- Poursuivre l'utilisation des data et outils d'inbound marketing pour faire passer les messages singuliers du Collège Culinaire de France à des profils différents.

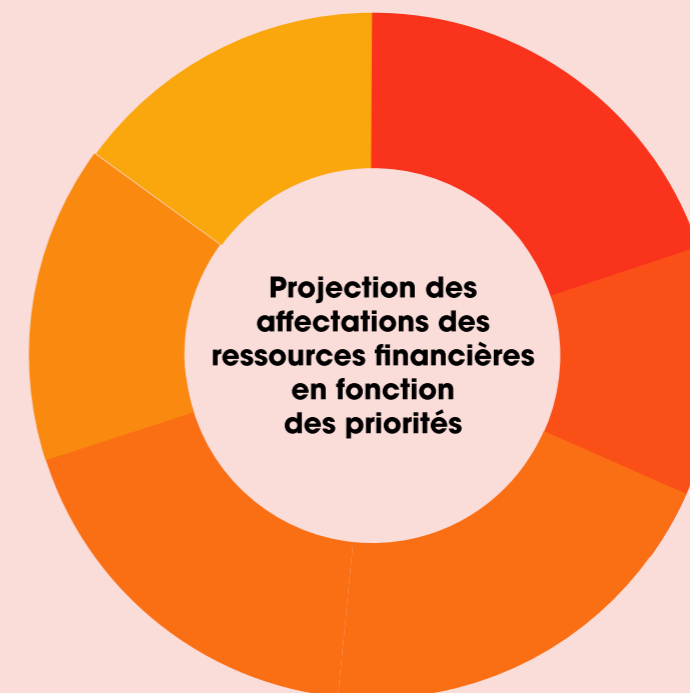
## BUDGET 2022 RESSOURCES FINANCIÈRES NÉCESSAIRES

*La politique détaillée de l'indépendance financière du Collège Culinaire de France ainsi que le montant des cotisations et le pilotage de l'utilisation des ressources sont décrits dans la partie bilan financier de ce rapport d'activité en page 26.*

Les 5 priorités d'actions 2022 décrites ci-dessus nécessiteront la mobilisation soutenue et l'optimisation de moyens humains et financiers, tout en conservant l'indépendance historique sur laquelle se base le modèle de l'association. Cela implique que chacun utilise au maximum le potentiel du Collège Culinaire de France, encore trop souvent méconnu et inexploité par beaucoup de ses membres. Cela permettra ainsi également d'amplifier la dynamique que nous portons ensemble au bénéfice de chacun.

Ces perspectives sont le prix de la survie du modèle métier de l'avenir que défend le Collège Culinaire de France. C'est le prix du maintien de l'apport collectif à chacun constitué au fil des années. C'est ce que coûte la création

de valeur durable portée par le collectif et la synergie unique incarnée par ses membres, entre les hommes et les femmes de métier, de la terre et de la mer à l'assiette, pour la transmission et l'avenir du patrimoine culinaire artisanal.



- 20 % **Axe 1 - Renforcer l'identité singulière du Collège Culinaire de France**
- 10 % **Axe 2 - Faire émerger les bases d'un nouveau modèle économique**
- 40 % **Axe 3 - Élargir les territoires d'actions du Collège Culinaire de France**
- 15 % **Axe 4 - Développer la visibilité et l'influence du Collège Culinaire de France**
- 15 % **Axe 5 - Poursuivre la digitalisation du Collège Culinaire de France**

# Les fondamentaux

# 04

## LA RAISON D'ÊTRE ET LA SINGULARITÉ DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

Fondé à l'origine par 15 chefs français reconnus internationalement le Collège Culinaire de France s'est donné comme vocation de promouvoir la qualité de la restauration en France et dans le monde.

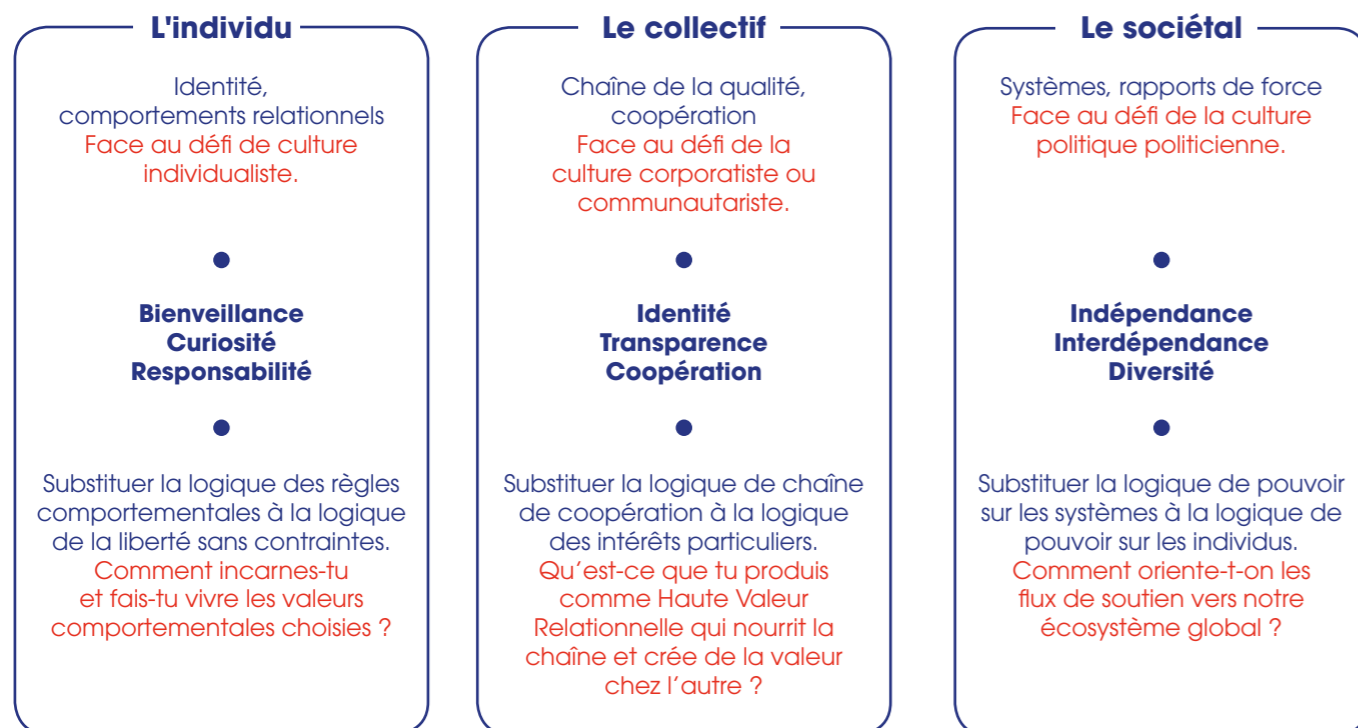
- Il participe au rayonnement de la culture gastronomique en France.
- Il soutient, promeut et développe l'héritage et l'avenir du patrimoine culinaire artisanal.
- Il incite à explorer et à valoriser toutes les cultures culinaires du monde.

Créé en 2011, le Collège Culinaire de France est le seul collectif militant et indépendant qui réunit en synergie à travers toute la France 1800 Restaurants de Qualité et 1000 Producteurs Artisans de Qualité. Ensemble ils portent la transmission, l'avenir et la diversité du patrimoine culinaire artisanal.

Créé en 2011, le Collège Culinaire de France est une communauté militante et indépendante d'hommes et de femmes de métiers de l'artisanat et de la diversité culinaires, catalyseur de coopérations pour nourrir l'individu, le collectif et le sociétal.

Il mobilise tous les acteurs de la **chaîne de la qualité** producteurs - équipe de cuisine - équipe de salle - clients pour démontrer que la **Haute Valeur Relationnelle** entre chacun des maillons soit génératrice d'un **modèle économique de la qualité**.

## La Haute Valeur Relationnelle (HVR) expérimentée au sein du Collège Culinaire de France se déploie en 3 dimensions qui font société :



En prenant en compte ces 3 dimensions, le Collège Culinaire de France est convaincu que seuls l'artisanat et la diversité culinaires, permettront de nourrir et se nourrir pour assurer la survie et la pérennité du monde du vivant.

## L'ambition du Collège Culinaire de France

Faire du Collège Culinaire de France une institution de référence pour proposer aux artisans (restaurateurs ou et producteurs) une alternative rentable à l'industrialisation et à la standardisation de l'alimentation, de la restauration, du goût et de ses modes de production. Faire émerger une nouvelle économie de l'artisanat culinaire issue des interactions entre les acteurs de la chaîne humaine qui va de la terre et de la mer à l'assiette.

### Une association pas comme les autres

## Une institution

- **INDÉPENDANCE**  
Seule association indépendante de tout lien financier, politique ou corporatiste.
- **TERRITOIRE**  
Seule association promouvant une décentralisation des décisions (plus de 200 référents en maillage du territoire) et des actions (Journées d'Echanges / Marchés Complices) en régions.
- **DIVERSITÉ**  
Seule association ne visant pas à homogénéiser les pratiques de ses membres mais à mettre en valeur les différences de chacun.

## Les membres

- **COOPÉRATION**  
Seule association démontrant que la coopération est source d'enrichissement humain et économique dans la pratique de son métier.
- **CHAÎNE HUMAINE DES MÉTIERS DE L'ARTISANAT CULINAIRE**  
Seule association regroupant sur les mêmes valeurs artisanales, restaurateurs et producteurs dans leur diversité, sans hiérarchie de catégorie ni de statut (des bistrotiers aux étoilés, du producteur familial au producteur entrepreneur, ...).
- **PAS DE HIERARCHIE DE STATUT**  
Seule association impliquant au même niveau d'engagement tous les acteurs du restaurant : du plongeur au directeur en passant par les cuisines et la salle.

## Le grand public

- **SÉLECTION**  
Seule association sourceur d'artisans culinaires passionnés et responsables, reliés entre eux et reconnus par leurs pairs.
- **CITOYENS ACTEURS**  
Seule association mobilisant le client - citoyen en acteur à part entière de la chaîne de la qualité.
- **FIN DU CLIENT ROI**  
Seule association mobilisant la responsabilité et le rôle du client citoyen dans la pérennité de la qualité.

## Les convictions du Collectif

Il n'y a pas de cuisine de qualité sans producteurs de qualité.

Il n'y a pas de produit de qualité sans transparence sur l'origine et les méthodes de production.

Il n'y a pas de qualité sans diversité.

Il n'y a pas de qualité sans acceptation des irrégularités et des aléas que dictent la terre et la mer.

La non-qualité a un coût toujours plus élevé que celui de la qualité.

La qualité est une question d'éducation, de décision et de choix. Ce n'est pas une question de prix.

*Faire avec là où l'on est, avec ce que l'on sait, avec ce que l'on a (Alain DUCASSE, fondateur).*

*Le restaurant est le dernier lieu civilisé de la planète (Guy SAVOY, fondateur).*

*Si je perds mon producteur, je perds mon identité (Arnaud DONCKELE, fondateur).*

*Qui a décidé que le homard était meilleur que le chou vert ? (Laurent PETIT, fondateur).*

*On devrait apprendre à manger comme on apprend à lire. (Michel GUERARD, fondateur)*

*On ne peut résoudre un problème avec le même système de pensée que celui qui a créé le problème. (Albert EINSTEIN).*

*Il ne suffit plus que ce que l'on fait soit bon à manger, il faut que cela soit bon à penser (Claude LEVI-STRAUSS).*

*Si le monde n'a plus de sens, qui nous empêche d'en inventer un ? (Lewis CAROLL).*

*Je ne perds jamais. Soit je gagne, soit j'apprends. (Nelson MANDELA).*

## La Haute Valeur Relationnelle (HVR) L'ADN du Collège Culinaire de France

Le Collège Culinaire de France n'est pas une simple association. Le Collège Culinaire de France est un collectif qui considère que le mot qualité se définit d'abord et avant tout par la qualité relationnelle qui unit en synergie les hommes et les femmes des métiers de l'artisanat culinaire. Et cela, parce que derrière tous les grands discours déclamatoires ou quels que soient les labels et excellences revendiqués, le Collège Culinaire de France considère que la seule qualité tenable et concrète dans la durée est celle des comportements et des relations qui unissent tous les maillons de la chaîne humaine de la terre à l'assiette.

Quels sont les hommes et les femmes qui sont derrière un produit ou un restaurant ? Quelles sont leurs valeurs et leurs pratiques ? Quelles sont leur relation aux autres membres du Collège Culinaire de France ? Quel intérêt et quelle prise en compte portent-ils au travail des autres ? Qu'apportent-ils comme valeur ajoutée relationnelle aux autres ?

### La Haute Valeur Relationnelle est l'ADN des membres du Collège Culinaire de France.

Cette valeur ajoutée relationnelle est concrètement mesurable dans sa contribution productive. Les exemples, co-créations, initiatives et outils sont chaque année plus nombreux à témoigner de son efficacité pour ceux qui s'y engagent.

La veille internationale montre que ce modèle, initié par les membres du Collège Culinaire de France, est à ce jour unique dans l'univers de l'artisanat culinaire.

# LA CHARTE DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

Pour le Collège Culinaire de France	
<b>UN RESTAURANT DE QUALITÉ,</b> au-delà d'un lieu physique, où se pratiquent l'art de la table et l'art d'être à table est le cœur d'une chaîne humaine...	<b>UN PRODUCTEUR ARTISAN DE QUALITÉ,</b> au-delà d'un métier, est à la source d'une chaîne humaine...
constituée de producteurs, artisans, cuisiniers, équipes de salle et clients qui conjuguent savoir-faire au savoir-être.	
Leur projet artisanal repose sur 2 piliers : Un pilier identitaire qui se reconnaît par : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le partage d'une identité singulière.</li> <li>• La pratique d'une transparence éprouvée.</li> <li>• L'engagement dans une coopération effective.</li> </ul> Un pilier sociétal : la conviction que l'artisanat et la diversité culinaires sont une alternative en rapport de force avec l'industrialisation et la standardisation alimentaire.	

## Les 3 principes d'actions structurants du Collège Culinaire de France

### Indépendance

Indépendance de toute organisation et système financier, politique ou corporatiste.  
Le prix de notre indépendance pour chaque membre : 1€ /jour.

### Interdépendance

Il n'est de vraie valeur durable que celle créée entre chacun des acteurs de la chaîne de qualité de la terre et de la mer à l'assiette.

### Transparence

La transparence est la clé de toute relation de confiance rentable et durable.

## Les 3 relations culturelles entre ses membres

### Porter une histoire identitaire

- Le récit de qui je suis, de ce en quoi je crois.
- Le récit de ma relation au territoire sur lequel je suis installé.
- Le récit de ce que je produis.
- L'histoire de la description de la passion d'un métier.

### Pratiquer la transparence

- L'origine et la traçabilité des produits que je travaille.
- Les méthodes de production et de transformation des produits.

### S'engager dans la coopération

- La conviction que l'on ne peut pas progresser en qualité sans faire progresser les autres.
- La volonté d'apprendre à devenir co-acteur du métier de l'autre pour enrichir le sien.
- Une coopération productive qui génère une amélioration continue.

## Les 3 engagements comportementaux de chaque membre

### La bienveillance

Pour chercher à comprendre plutôt qu'à juger.  
Mesure :  
Quelle valeur apporte à l'autre ta critique constructive ?

### La curiosité

Pour nourrir l'amélioration continue.  
Mesure :  
Quelle augmentation de ton potentiel génère ta curiosité ?

### La responsabilité

Pour assumer en toute transparence ses choix.  
Mesure :  
En quoi ta responsabilité t'a-t-elle rendu plus fort et enrichi ?



# LA GOUVERNANCE

La gouvernance du Collège Culinaire de France est unique dans l'univers professionnel des associations de la gastronomie par sa composition, son organisation et son mode de pilotage.



© Stéphanie Biteau

## Les Fondateurs

En 2011, 15 chefs français, reconnus pour l'excellence de leur savoir-faire, se sont réunis pour constituer les bases du Collège Culinaire de France, conscients de la responsabilité de chacun pour assurer la survie et la pérennité de l'artisanat et de la diversité culinaires. Les fondateurs ont pour missions de :

- Garantir que la stratégie déployée est conforme aux ambitions du Collège Culinaire de France et participe activement au rayonnement de la gastronomie et à la valorisation des métiers qui font la diversité du patrimoine culinaire artisanal.
- S'assurer constamment de la totale indépendance du Collège Culinaire de France vis à vis de l'industrie agroalimentaire et des pouvoirs publics.
- Arbitrer mensuellement sur les candidatures de restaurateurs, producteurs, artisans souhaitant rejoindre le Collège Culinaire de France. Les décisions pour accepter ou refuser un candidat devant se faire à l'unanimité, les fondateurs s'appuient sur les avis des référents régionaux et de certains experts filières venant apporter leur éclairage à titre consultatif. Les acceptations, refus ou évictions devant être qualifiés.

## Les Référents Régionaux

Reconnus pour la maîtrise de leur métier et pour les valeurs humaines, éthiques et professionnelles qu'ils incarnent, les 190 chefs, responsables de salle, producteurs et artisans référents ont vocation à jouer un rôle central en tant que relais et porteurs en région des valeurs et des messages du Collège Culinaire de France.

Ayant une bonne connaissance de leur environnement professionnel, politique, sociétal et médiatique, ils sont en mesure d'expliquer les fondamentaux, le projet et les ambitions du Collège Culinaire de France.

Le rôle du référent n'est pas un statut, mais une mission et un engagement collectif. Il fait partie du comité de sélection et de contrôle, et assure la cohésion entre les membres régionaux. Il promeut le Collège Culinaire de France auprès des médias et de tous les publics, et participe, voire est à l'initiative de réunions ou événements régionaux.

Afin de s'assurer de la multiplicité des points de vue et permettre au comité de sélection de prendre des décisions en toute impartialité, le réseau des référents est représentatif de la diversité du collectif entre cuisine / salle, producteurs / restaurants, hommes / femmes et régions.

Le groupe de référents est animé par le responsable réseau au Collège Culinaire de France, Bruno LAHANQUE. Ont été initiés pour les référents, depuis Mars 2021, un cycle de formation en trois sessions afin de s'assurer de l'appropriation des messages et de leur contribution au déploiement d'une dynamique territoriale.



### Témoignage de Frédérique TRIQUET, Saison et Poulette

Asnières-sur-Seine, Ile-de-France  
Restaurant de Qualité depuis 2017

« Être référente, cela signifie 2 choses. Premièrement, c'est d'être un vecteur de la vie du réseau dans sa région, de pouvoir faire vivre le réseau des membres locaux ; Deuxièmement, il s'agit d'aider et accompagner les nouveaux membres, que ce soit au niveau de l'examen de leurs candidatures ou de leur accueil. Cette dimension animation et rencontre est primordiale parce que c'est là où ça a du sens.

Ce rôle de référent est un rôle en devenir, qui se construit sur le temps. Ce que le Collège Culinaire de France a initié avec les ateliers référents est vraiment très bien car ça a permis de clarifier et de se projeter sur nos missions. Ce n'est pas un rôle sur lequel on a besoin d'avoir des contributions quotidiennes, il suffit de se fixer un petit plan d'actions tout simple sur l'année entière.

Cette année, par exemple, je ferais bien une rencontre avec les membres, que ce soit un apéro discussions, un café, une rencontre informelle ou un zoom. Et j'essaierai de prendre davantage contact avec les candidats pour les connaître ou aller leur rendre visite. Je pense que ce serait ça mon objectif pour l'année à venir - de me dire chaque année qu'est-ce que je vais faire de différent pour faire vivre ce rôle et être à l'initiative d'une vie de réseau en local. »



### Atelier Référents du lundi 28 juin 2021

La liste des 190 référents classés par région est accessible sur le site <https://college-culinaire-de-france.fr/organisation/referents-regionaux>.

## Le CRIO

Le Comité de Réflexion Innovant et Opérationnel (CRIO) est l'organe central de gouvernance et de décision DES ACTIONS CONCRÈTES du Collège Culinaire de France. Il définit le positionnement opérationnel des actions, en connexion permanente avec le terrain et avec l'appui du Comité d'Experts.

Les membres du CRIO possèdent des compétences et des expériences complémentaires qui apportent des regards croisés sur toutes les problématiques et les actions qui constituent l'ADN du Collège Culinaire de France. Ils accompagnent son évolution en s'impliquant bénévolement sur toutes les réflexions et décisions qui engagent l'avenir du collectif.

[Plus d'infos sur le CRIO dans le Rapport d'Activité 2019 pages 13-15]



**Eric BRIFFARD**  
Fondateur



**Sabrina CHARVET**  
Chargée de missions



**Florence COIFFARD**  
Experte vigneron et autres artisans de la filière boissons



**Claire HEITZLER**  
Experte Pâtisserie



**Stéphane JÉGO**  
Fondateur



**Virginie MORVAN**  
Experte vigneron et autres artisans de la filière boissons



**Christian REGOUBY**  
Délégué général



**Eric ROY**  
Producteur Artisan de Qualité



**Valérie SAAS-LOVICH**  
Restaurant de Qualité



**Joël THIEBAULT**  
Expert production végétale et maraîchage



**Célia TUNC**  
Secrétaire générale

## Le Comité d'Experts

Sélectionnés pour leurs compétences et pour avoir démontré leur engagement en appui des décisions et des actions du Collège Culinaire de France, les experts agissent bénévolement dans différents domaines nécessaires au développement du collectif et du réseau de l'Appellation.

Les experts sont mobilisés en fonction des sujets et problématiques ad hoc, sans réunions régulières.

Il existe deux typologies d'experts :

- Les experts produits / filières.
- Les experts opérationnels et thématiques : santé, digital, économie, gestion, ...

## Le Comité Éthique de Sélection des Vignerons et des artisans de la filière boissons artisanales

Il est l'organe de consultation pour la sélection de l'éligibilité des candidatures de vigneron, bières, cidriers, liquoristes et distillateurs au regard des critères, valeurs et pratiques énoncés par le Collège Culinaire de France.

Le CESV assure la pertinence et la cohérence des candidatures des vigneron et tout autre artisan de boisson. Ses membres ont été choisis pour leur compétence, leur réputation professionnelle, leur diversité de points de vue et leur éthique.

## Des membres actifs à travers toute la France

Le développement du Collège Culinaire de France est le résultat de l'engagement et de la mobilisation de ses membres. Quoi de mieux que les actions de chacun pour faire grandir le réseau et dynamiser le mouvement.



## La Direction Stratégique et Opérationnelle

La Direction Stratégique et Opérationnelle est composée de 11 personnes dont 3 stagiaires. Elle est animée par Christian REGOUBY, Délégué Général, et Célia TUNC, Secrétaire Générale.

La Direction Stratégique et Opérationnelle s'appuie également sur des compétences humaines externalisées. En effet, le Collège Culinaire de France s'est entouré de prestataires engagés et impliqués dans sa culture et ses combats qui accompagnent le collectif sur la durée. Ces prestataires sont sélectionnés en fonction des besoins et des ressources financières disponibles et réévalués chaque année.



**Christian REGOUBY**  
Délégué général



**Nolwen GOUHIR**  
Responsable Administrative et Événementielle



**Bruno LAHANQUE**  
Responsable du Réseau des membres



**Myriam ZIAD**  
Responsable de la Communication



**Célia TUNC**  
Secrétaire générale



**Louisiane de BOISSEL**  
Chargée de missions communication interne



**Sabrina CHARVET**  
Chargée de Missions



**Solène GUICHARD**  
Assistante Chef de Projet

# SÉLECTION & CONTRÔLE

La crédibilité du Collège Culinaire de France repose en grande partie sur la légitimité et la pertinence des membres qui le composent, donc sur les critères d'éligibilité et les comportements de ses membres. Ceci implique une politique et des démarches solides en matière de sélection des candidats et contrôle des membres.

Dans un souci de transparence, les modalités et critères de sélection et de contrôle doivent être clairs, en rapport avec l'ADN du collectif, connus et compréhensibles.

## L'artisan de qualité (vs industriel)

Un travail a été réalisé en 2018-2019 par le CRIO avec consultation de membres du Collège Culinaire de France, pour définir la frontière entre l'artisan et l'industriel que ce soit pour les producteurs, les transformateurs ou les restaurateurs. Les critères suivants ont été retenus :

- Il maîtrise et est présent à tous les stades de la chaîne de production.
- Il incarne l'histoire et le savoir-faire de son métier / ses produits.
- Il est transparent sur l'origine de ses produits et ses méthodes de production / transformation.
- Il s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue de la qualité.

Trois chantiers d'envergure ont été développés à l'aide des membres et des experts métiers en 2020 et 2021, pour qualifier et sélectionner avec encore plus de rigueur les candidats au Collège Culinaire de France :

1. La qualification de la chaîne des métiers par filière Producteur Artisan de Qualité afin d'identifier précisément chacun des membres et candidats. Quasiment toutes les filières ont été qualifiées permettant d'indiquer précisément le métier et les produits de chaque producteur et artisan, et d'optimiser ainsi l'outil de recherche dans l'espace membre.
2. L'approfondissement puis la synthèse des critères de qualité au vu des valeurs du Collège Culinaire de France, par filière et métier.
3. L'adaptation des questionnaires de candidature à chaque filière / métier. Pour exemple, l'ouverture du Collège Culinaire de France en Février 2021 aux pâtisseries a nécessité d'adapter le dossier de candidature sur des critères spécifiques.

Au-delà de la qualification d'un candidat permettant de s'assurer de sa démarche artisanale, le Collège Culinaire de France porte un intérêt vigilant sur l'état d'esprit compatible (ou pas) avec celui de son collectif. En particulier sur les aspects suivants :

- Identité, histoire, passion.
- Transparence sur l'origine des produits et les méthodes de production / transformation.
- Démarche artisanale (vs industrielle).
- Respect de la saisonnalité.
- Respect de la santé humaine, animale, environnementale.
- Valeurs humaines et relationnelles, coopération avec les autres membres.
- Réel engagement militant pour la qualité et l'amélioration continue.



## Contrôle des Restaurants et Producteurs Artisans de Qualité

### Les objectifs du contrôle :

Le contrôle vise à s'assurer que les membres du Collège Culinaire de France sont bien inscrits dans la philosophie, les valeurs et la démarche du collectif qu'il s'agisse de la pratique de leur métier ou de leurs comportements (Cf. les règles relationnelles du Collège Culinaire de France).

### Le déclenchement du contrôle :

Parallèlement au contrôle continu exercé par les membres référents, le CRIO et les membres fondateurs, un membre est mis sous contrôle dès lors qu'il fait l'objet d'un commentaire critique. Cet avis peut provenir d'un client ou d'un membre du Collège Culinaire de France.

### La philosophie du contrôle :

Les critères d'appréciation du contrôle visent à objectiver la critique c'est-à-dire à en vérifier la nature concrète et réelle.

L'esprit du contrôle ne vise pas dans un premier temps la sanction mais l'amélioration continue à partir d'axes de progrès identifiés.

### Les modalités du contrôle :

- La première étape consiste à qualifier la source de la critique et son contenu de façon factuelle.
- La deuxième étape consiste à appeler le membre sous contrôle à partir d'un questionnaire type complété par des questions spécifiques liées à la critique.

- La troisième étape consiste à demander l'avis complémentaire de référents ou d'autres membres susceptibles de se rendre chez le membre sous contrôle si nécessaire.

- La quatrième étape est l'évaluation du dossier en commission de contrôle.
- Dans certains cas, celui-ci sera discuté au CRIO, au CESV ou lors des commissions des fondateurs.

### L'issue du contrôle, plusieurs cas de figure :

- Le membre est réintégré (levée du contrôle ; critique non pertinente).
  - Le membre fait l'objet d'un rappel à l'ordre ; prochain point 6 mois plus tard.
  - Le membre reste sous contrôle (Informations insuffisantes).
  - Le membre est exclu.
- Dans certains cas, c'est la source de la critique qui fait l'objet d'un contrôle à son tour (critique malveillante).

### Le retour d'expériences :

Les échanges avec les membres sous contrôle sont une occasion de les informer sur le Collège Culinaire de France dont certains méconnaissent les aspects fondamentaux ou d'actualité.

### Contrôle et exclusion 2021 en chiffres :

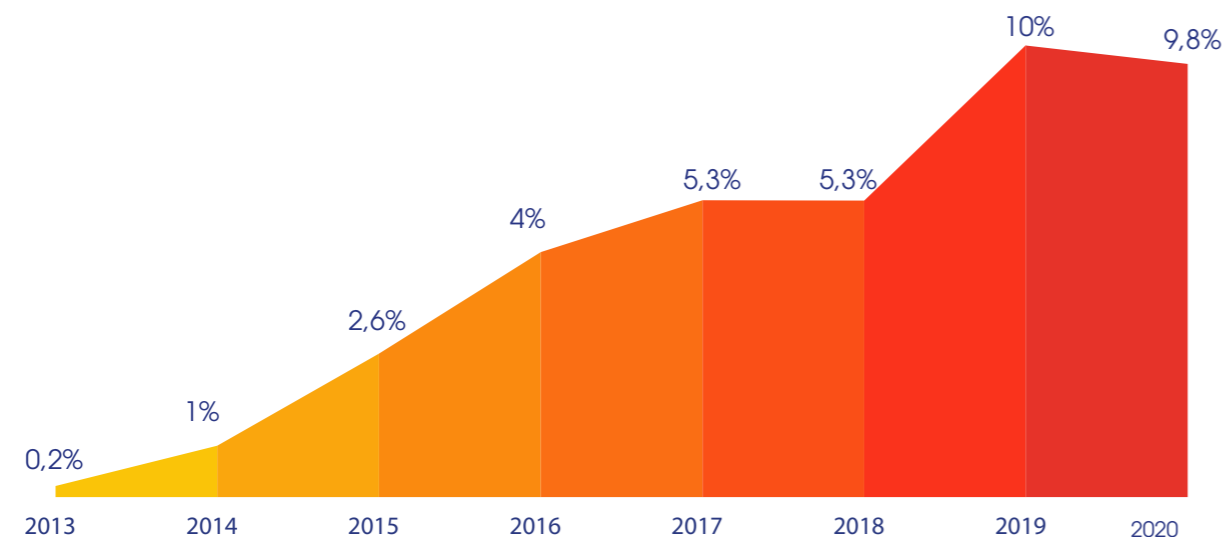
En raison de la crise liée au coronavirus et des conséquences pour les restaurateurs, les contrôles ont été suspendus pour les restaurants de qualité. Seuls les producteurs artisans de qualité ont fait l'objet du contrôle renforcé.

### Bilan des contrôles renforcés

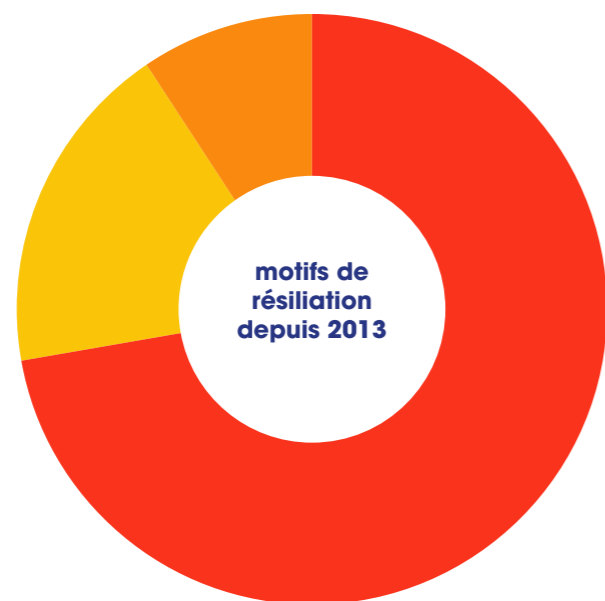
Nb de Producteurs Artisans de Qualité contrôlés	Réintégré	Maintenus en contrôle	Exclus
24	14	7	3

### Résiliation

Malgré une année très éprouvante, le nombre de membres au sein du collectif est resté quasi-identique. Le nombre de demandes de résiliation a même légèrement diminué par rapport aux années précédentes malgré la crise.



**Pourcentage du nombre de retraits et résiliations (Restaurants et Producteurs Artisans de Qualité) par an pondéré par le nombre de membres (attention chiffres 2021 pas encore disponible)**

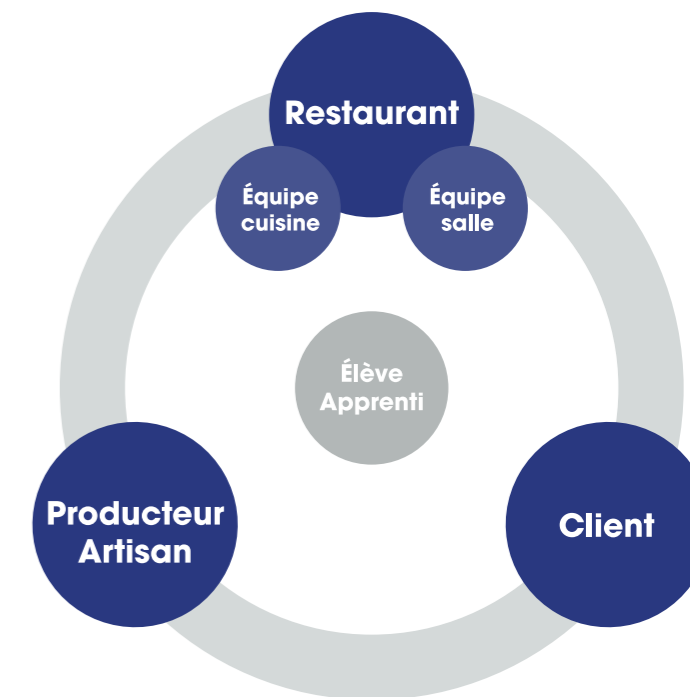


- 76,8 % **Fermeture de l'établissement** (66,7 % en 2019)
- 15,6 % **Plus intéressé** (22,4 % en 2019)
- 7,6 % **Retrait par le CCF** (10,09 % en 2019)

## LA CHAÎNE DE LA QUALITÉ

La chaîne de la qualité que développe et promeut le Collège Culinaire de France implique la contribution et la responsabilité de chaque maillon. C'est là un des principes clés du réseau de l'Appellation de qualité. Le concept de chaîne de la qualité initiée par le Collège Culinaire de France disqualifie la notion de compétition au profit du concept de coopération comme levier et moteur d'avenir.

Le Collège Culinaire de France cherche à développer toutes formes possibles de coopération entre chacun des maillons de la chaîne de la qualité.



### La relation Producteur - Restaurant

C'est la singularité du Collège Culinaire de France. Toutes les actions, outils et manifestations entrepris par le Collège Culinaire de France visent à favoriser, à potentialiser et à valoriser cette relation.

La valeur ajoutée concrète et différentielle du réseau initié par le Collège Culinaire de France et son Appellation repose essentiellement sur la richesse des connexions, des échanges et des synergies entre Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité.

### Curseur d'engagement - L'outil de visualisation de cette relation entre membres

Sur son site [www.college-culinaire-de-france.fr](http://www.college-culinaire-de-france.fr), le Collège Culinaire de France a développé un CURSEUR D'ENGAGEMENT visible sur la page de chaque membre sur le site : plus un restaurant renseigne travailler avec des Producteurs Artisans de Qualité, plus le curseur d'engagement se remplit. Et vice et versa. Cela permet d'optimiser la visualisation de la Haute Valeur Relationnelle.

Exemple de l'évolution de l'engagement des Restaurants de Qualité :

Indiquent travailler avec :	2017	2021
Au moins 3 membres	145	1291
Au moins 5 membres	85	781
Au moins 10 membres	74	317
Au moins 20 membres	15	83

## La relation cuisine-salle

Il importe d'approfondir et de mettre en valeur la synergie et le contenu relationnel des deux fonctions cuisine-salle. L'expérience montre que c'est là une source potentielle de développement souvent largement sous-exploitée.

« *Après le passe, les assiettes n'appartiennent plus à la cuisine. C'est la salle qui les met en scène.* »

**Thierry DI TULLIO - Directeur de Salle  
Cheval Blanc St Tropez.**



Face à ce constat, l'enjeu est triple :

- Favoriser une communication fluide entre la cuisine et la salle pour comprendre les plats.
- Former la salle aux produits pour en raconter l'histoire.
- Valoriser et rendre ses lettres de noblesse aux métiers de la salle.

Au cours des Journées d'Échanges Nationales et Régionales, des témoignages et des « bonnes pratiques » sont recueillis sur ces sujets. Ceux-ci sont recensés au sein du Carnet d'Inspiration et partagés au plus grand nombre.



## La relation client

Tout le travail de coopération entre le producteur et le restaurant n'a de sens que si le message est transmis au client final. Pour le Collège Culinaire de France, le client n'est pas un client roi. Il a la responsabilité de s'intéresser à ce qu'il mange. Quand il entre dans un Restaurant de Qualité ou qu'il se rend chez un Producteur Artisan de Qualité il doit être invité à se poser des questions, chercher à savoir d'où viennent les produits, et quelles ont été leurs méthodes de production. C'est là un moyen de reconnaissance et de différenciation pour un Restaurant de Qualité.

Se reporter pour plus d'informations chiffrées et pratiques à :

- *La Fiche projet Le Baromètre page 21.*
- Au moteur de recherche accessible à tous depuis [www.college-culinaire-de-france.fr](http://www.college-culinaire-de-france.fr)

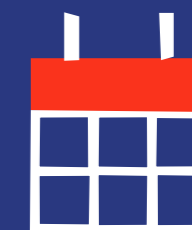
# LES OUTILS SINGULIERS CRÉÉS CES 10 DERNIÈRES ANNÉES



**Un réseau unique de restaurants et producteurs engagés**  
accessible en 1 clic via l'espace membre



**Une newsletter mensuelle dédiée aux membres**



**Des événements toute l'année et partout en France**  
(Grande Rencontre, journées d'échanges, Dîners Complices, festivals...)



**Carnet d'inspiration**



**Site, média et réseaux sociaux**  
pour éclairer et changer les comportements individuels



**Édition**



## Un réseau unique

### Un espace membres riche en contenus

Cet espace a été conçu exclusivement pour les membres du Collège Culinaire de France, pour les accompagner au quotidien dans le développement de leur réseau de qualité, mais aussi pour leur faire gagner du temps.

### Un accès à un moteur de recherche très performant permettant l'accès au réseau unique de restaurants et producteurs artisans membres du collectif.

Cet outil permet d'accéder aux coordonnées complètes de tous les membres du Collège Culinaire de France : Producteurs, restaurateurs, à travers une recherche intuitive (par type de produits, par région, par ville...). Depuis 2020, le travail de qualification des filières des Producteurs Artisans de Qualité a permis :

- De préciser la chaîne des métiers dans une filière donnée.
- D'affiner la sélection des candidats et évaluer les membres sous contrôle.

Ainsi, sur le site, dans une filière donnée, chaque Producteur Artisan est repéré par son métier précis. Par exemple dans la filière viande : éleveur, abatteur, négociant, artisan boucher, artisan charcutier.

### La possibilité de personnaliser ses informations

À partir de cet espace, les membres peuvent mettre à jour toutes leurs informations rendues publiques sur le site internet du Collège Culinaire de France via la rubrique « Mon Compte » (photos, réseaux sociaux, producteurs et restaurants avec lesquels ils travaillent...).

### Les solutions pratiques de l'espace membre

Le Collège Culinaire de France mène depuis des années un travail de veille et de compilations de solutions pratiques qu'il met à disposition de ses membres à travers un espace dédié.

- « La boîte à outils » pour accéder notamment aux logos, aux guides pratiques, etc.
- L'agenda des événements à venir.
- Les fiches pratiques opérationnelles (logistique, recrutement...).

Pour exemple, le dossier thématique sur les outils de recrutement dans la restauration. En effet la Haute Valeur Relationnelle (HVR) permet une vraie valeur ajoutée dans le recrutement et la fidélisation. Face au problème endémique du recrutement, l'expérience menée par certains membres permet de constater que la pratique de la HVR ouvre un potentiel de solutions non négligeable. Une étude est menée actuellement pour réfléchir à la façon d'approfondir et de développer cette démarche pour les membres qui voudront s'y intéresser et y contribuer.

### Accéder à l'espace membre

Pour se connecter à l'espace membre, se rendre sur : <https://membre-college-culinaire-de-france.fr/login>. Renseigner son mail de connexion et son mot de passe. En cas d'oubli, il suffit de cliquer sur « mot de passe oublié ».



## Une Newsletter

### Une Newsletter mensuelle dédiée aux membres pour un suivi régulier des actualités du collectif

Envoyée tous les 1ers du mois exclusivement aux membres du Collège Culinaire de France, cette newsletter permet de :

- Découvrir les nouveaux Restaurants et Producteurs Artisans de Qualité qui rejoignent le Collège Culinaire de France.
- S'inscrire aux prochains événements (Journées d'Echanges Régionales et Nationales, Marchés Complices, Apéro-discussions, etc.).
- Accéder aux opportunités du Collège Culinaire de France sur les événements organisés par d'autres acteurs du secteur.
- Découvrir de nouveaux témoignages de membres, avec relais vers le Carnet d'Inspiration.
- Consulter les dernières retombées médiatiques du Collège Culinaire de France.

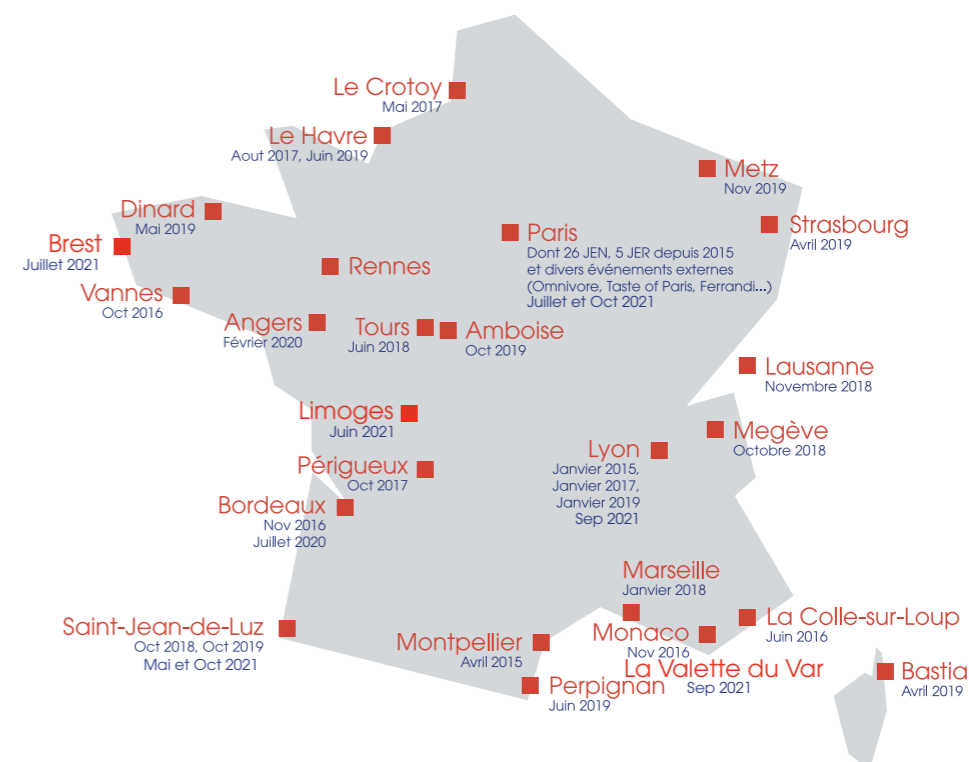
En quelques minutes, on accède ainsi à un panorama précis des actions engagées par le collectif, et ses membres, mois par mois.



## Des événements

### Des événements toute l'année et partout en France

Au cours des 10 dernières années, le Collège Culinaire de France a mené plus d'une centaine d'opérations visant à réunir ses membres mais aussi à le faire connaître. Plusieurs événements ont pu être modélisés pour en faire des manifestations identitaires du Collège Culinaire de France reproductibles dans le temps et sur tout le territoire.



### 20 événements organisés entre mars 2021 et oct 2021

	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep	Oct
<b>Grand Public</b>							Cuisines du Sud La Valette-du-Var	Marché complice St-Jean-de-Luz
<b>Professionnel</b>							SIRAH Lyon	
<b>Interne</b>	Cafés de (re)connexion Café d'intégration	Cafés de (re)connexion Café d'intégration	Cafés de (re)connexion Café d'intégration Apéro discussion Civray de Touraine Journée d'Immersion Pays Basque	Café d'intégration Apéro discussion Limoges	Café d'intégration Apéro discussion Brest Apéro discussion Montrouge	Café d'intégration	Café d'intégration	Café d'intégration GRA Paris

## La Grande Rencontre Annuelle

Au fur et à mesure des années, cette manifestation est devenue un rendez-vous incontournable et privilégié pour tous les membres Producteurs Artisans de Qualité et Restaurants de Qualité du Collège Culinaire de France.

Elle est l'illustration et l'incarnation du mouvement militant et de la valeur ajoutée apportée par et à ses membres en termes de rencontres, d'échanges, d'informations, d'apprentissages, de relations commerciales et de synergies. Elle est statutairement aussi le moment où se tient l'Assemblée Générale de l'Association.

La valeur ajoutée du Collège Culinaire de France repose sur la mise en relation de ses membres et des interactions réelles entre eux. C'est pourquoi dès 2019 le Collège Culinaire de France a souhaité faire de sa Grande Rencontre Annuelle un événement exclusif, référent et récurrent qui soit un lieu :

- De Haute Valeur Relationnelle entre Producteurs Artisans de Qualité, Restaurants de Qualité avec la création d'un réel espace de présentation des producteurs aux restaurateurs.

- De débats innovants sur l'écosystème et l'avenir du patrimoine culinaire artisanal pour :

- Mettre en lumière, en toute indépendance, de façon transparente et pédagogique, les grandes problématiques et enjeux sociétaux liés aux métiers de l'artisanat, à court et long termes.

- Apporter des solutions innovantes et opérationnelles dans l'axe des engagements et du combat du Collège Culinaire de France (en termes de santé, d'économie, de social, de culture et d'environnement).

- Et, éventuellement à terme, ouvert au grand public et dans un premier temps aux clients-militants de la qualité.

En 2019, elle a réuni plus 1000 producteurs, artisans, cuisiniers, directeurs et équipe de salle sur une journée.

En 2020, compte tenu des restrictions sanitaires, la Grande Rencontre Annuelle a été remplacée par une Assemblée Générale par visioconférence.

En 2021, elle retrouve son format initial.

## Les JEN - journées d'échanges nationales

Le Collège Culinaire de France organise tous les deux mois des Journées d'Echanges Nationales à Paris. Ces journées rencontrent à chaque fois un véritable succès, démontrant qu'elles répondent à un réel besoin. Au cœur du concept de la Haute Valeur Relationnelle (HVR), elles permettent de réunir des producteurs et des restaurateurs de toute la France (limitées à 30 participants pour des raisons d'efficacité), de les connecter et de les faire travailler ensemble sur des problématiques communes.

- Elles sont l'occasion de faire s'approprier en petit comité la philosophie, le positionnement et les valeurs comportementales du Collège Culinaire de France et de l'Appellation.

- Elles sont également l'occasion d'identifier des relais militants qui ont la volonté de s'impliquer dans la construction et le développement du mouvement.

- Elles permettent de repérer les initiatives performantes et les best practices susceptibles d'être mutualisées à l'ensemble de l'Appellation.

- Elles créent du lien réel et non virtuel entre Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité.

- Enfin elles participent largement à renforcer le sentiment d'appartenance des membres.

Depuis leur création, 26 JEN au total ont vu le jour : soit plus de 550 participants et 20% de membres actifs du réseau.

[Plus d'infos sur ces JEN dans le Rapport d'Activité 2019 p32 - 33]

## Les JER - journées d'échanges régionales

Le Collège Culinaire de France a mis en place depuis 2019 un format de Journées d'Echanges Régionales (=JER) qui réunissent les membres Restaurants et Producteurs Artisans de Qualité mais aussi d'autres restaurateurs et producteurs, artisans non-membres qui voudraient se renseigner et vivre le Collège Culinaire de France avant de s'engager. Ces JER sont également un moyen de sensibiliser la PQR (=Presse Quotidienne Régionale) aux valeurs du Collège Culinaire de France et d'illustrer la dynamique territoriale en valorisant les membres de la région.



## Les Dîners Complices, un évènement en toute autonomie pour les membres

C'est pour illustrer la Haute Valeur Relationnelle qu'ont été créés les « Dîners Complices » au cours desquels des membres investissent un Restaurant de Qualité ou l'exploitation d'un Producteur Artisan de Qualité, pour aller à la rencontre du grand public. Moments privilégiés, ces Dîners sont l'occasion d'illustrer la complicité réelle qui existe entre membres du Collège Culinaire de France et d'inviter les clients à s'interroger sur ce qui se trouve dans leurs assiettes au restaurant.

Ces Dîners Complices s'organisent de manière autonome (à l'aide d'outils pratiques mis à disposition sur l'espace membre), toute l'année et sur tout le territoire. Ils s'organisent également en marge des Marchés Complices et viennent ainsi proposer une expérience à la fois complémentaire et enrichissante aux clients.

[Plus d'infos sur ces Dîners Complices dans le Rapport d'Activité 2019 p36-39]

## Les Marchés Complices, l'ouverture du Collège Culinaire de France au grand public

Suite au succès et au déploiement des Dîners Complices, le Collège Culinaire de France a lancé un autre moment de convivialité à nouveau sous l'impulsion de l'un de ses membres, Omar ABODIB (Restaurant Domaine St Clair à Etretat) : les Marchés Complices.

Le principe est simple et singulier : valoriser les produits et le travail des producteurs à travers la cuisine minute et la mise en lumière des produits par les équipes des Restaurants de Qualité présents.

Concrètement, un Marché Complice propose au public d'acheter des produits auprès des producteurs, qui seront ensuite cuisinés, sur place, en direct, sous leurs yeux par des chefs issus de Restaurants de Qualité.

Véritable moment d'échanges, de partages et de convivialité, ce format permet de créer du lien entre producteurs, restaurateurs et clients-citoyens.

[Pour accéder aux best practices exposants BtoB et BtoC : Rapport d'Activité 2019 p43]

## Les Marchés des Ravitailleurs

Face à la crise sanitaire, le Collège Culinaire de France a appelé ses membres à se fédérer partout en France pour organiser des marchés d'actions : les Marchés des Ravitailleurs.

Restaurateurs et producteurs ont mis à disposition leur établissement pour aider d'autres membres à vendre leurs produits et valoriser leur travail, proposant ainsi une alternative à la grande distribution.

Tous ces membres ont fait preuve d'adaptabilité et trouvé des solutions, compilées désormais dans un guide pratique qui va faciliter la reproductibilité de ces marchés tout au long de l'année : une alternative pérenne pour des clients en quête de solutions simples et pratiques pour mieux se nourrir.

Depuis leur création, 15 membres ont mis en place des marchés réguliers ou éphémères réunissant 86 membres du collectif.

## Les journées d'Immersion

Suite au travail de taxonomie et de mise en valeur des filières, le Collège Culinaire de France s'est rendu compte de l'importance de comprendre le métier de l'autre afin de pouvoir coopérer. C'est pourquoi il est primordial d'organiser des journées d'immersion afin que les membres vivent le métier d'un autre artisan. Un guide pratique a également vu le jour pour accompagner les membres dans sa mise en œuvre.





## Les événements du Collège Culinaire de France auprès des écoles hôtelières

Depuis juin 2018, le Collège Culinaire de France contribue à responsabiliser les élèves, des écoles hôtelières, aux valeurs comportementales essentielles pour la pratique et l'avenir de leur noble métier, à travers la signature d'une charte de saisonnalité. Cela permet de les sensibiliser non seulement aux valeurs de saisonnalité, de transparence et de chaîne de la qualité mais aussi de créer du lien entre les membres du Collège Culinaire de France et les élèves afin de révéler des vocations. 14 écoles ont signé la charte à ce jour.

En 2021, le Collège Culinaire de France élargit son Appellation de Qualité aux écoles professionnelles et techniques de la restauration, qui portent la responsabilité de former les nouveaux acteurs en cuisine et en salle. *[Plus d'infos sur ces événements à destination des élèves des écoles hôtelières dans le Rapport d'Activité 2019 p41]*

## Les apéros-discussions du Collège Culinaire de France

Afin de renforcer les moments d'échanges et de convivialité entre les membres, le Collège Culinaire de France a lancé mi-2019 un modèle d'événements plus informel appelé les « Apéros-Discussions ». Faciles à mettre en place, ces moments de rencontres décontractés permettent de créer du lien entre les membres d'un même département, de se poser les bonnes questions et de partager les bonnes pratiques. Plusieurs initiatives de ce type ont déjà été organisées dans la région Centre, en Lorraine et en Ile-de-France grâce aux initiatives d'Eric Roy (Jardin des Roys à Saint Genouph), de Frédéric Sandrini (Restaurant Quai des Saveurs à Hagondange) et de Valérie Saas-Lovichi (Restaurant Le Patio Opéra à Paris). Les retours très favorables prouvent la volonté des membres de se connaître et de nouer des rapports en local.

## Le dernier né : le café mensuel d'intégration, événement 100% digital

Chaque mois de nouveaux producteurs artisans et restaurateurs répartis sur toute la France rejoignent le Collège Culinaire de France. Afin de les accueillir, leur expliquer les fondamentaux, leurs engagements en tant que membres, et les outils dont ils disposent, les nouveaux membres sont conviés à un café d'intégration digital pour 1h de réunion sur Zoom.

## Valorisation des membres auprès du grand public

Faire partie du Collège Culinaire de France, c'est aussi pouvoir jouir de tout un écosystème vertueux dont l'ensemble des outils vient soutenir l'ambition commune : développer une nouvelle culture métier incarnée et nourrie des diversités locales.

### Valorisation à travers le site Internet du collectif

Fraîchement revu, le nouveau site du Collège Culinaire de France s'adresse aussi bien à un public de professionnels que de particuliers, avec pour objectif de valoriser l'expérience singulière menée depuis 10 ans.

- Pour le grand public, un outil simple et intuitif permet de géolocaliser en un clic l'ensemble des près de 3000 artisans qui composent le collectif :

<https://college-culinaire-de-france.fr>

- Pour les professionnels, un espace dédié compile toutes les informations nécessaires pour comprendre ce qu'est le Collège Culinaire de France, les avantages à rejoindre ce collectif, les critères de sélection et la procédure d'adhésion :

<https://college-culinaire-de-france.fr/comment-nous-rejoindre>

- Les membres ont quant à eux un accès direct à leur espace privé avec la possibilité de mettre à jour leur fiche publique, d'accéder aux coordonnées des 3000 membres du réseau, de disposer de solutions pratiques, etc.

Chaque jour, le site donne la possibilité de découvrir les nouveaux visages du collectif, les prochains événements organisés partout en France, les dernières actualités et donc de saisir toute la dynamique territoriale engagée par les membres du Collège Culinaire de France.

## Réseaux sociaux

### Valorisation à travers les réseaux sociaux

Afin de toucher une plus grande diversité de publics, le Collège Culinaire de France a choisi d'être présent sur les 5 réseaux sociaux principaux :

- Facebook : <https://www.facebook.com/collegeculinairedefranceofficiel/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/collegeculinairedefrance/>
- Twitter : [https://twitter.com/R\\_Qualite](https://twitter.com/R_Qualite)
- LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/10949793/admin/>
- YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCkdY7ze53o37gbQioEGvqjA>

Vitrines complémentaires, les réseaux sociaux du Collège Culinaire de France permettent à la fois de valoriser les actions du collectif et de ses membres, de démultiplier la notoriété de l'Appellation et de fédérer de nouveaux acteurs qui partagent la même vision et les mêmes valeurs.

Tous les contenus ainsi publiés, qu'ils soient la propriété de l'association ou de celle de ses membres, racontent cette nouvelle culture métier incarnée. Indicateurs de performances :





## Valorisation à travers les médias

8 actions presse engagées entre octobre 2020 et sept 2021

- Nov 20210 : CP Garde-Manger
- Fev 2021 : CP BD Sacrés Chefs !
- Fev 2021 : CP Ouverture de l'Appellation aux artisans pâtisseries boutiques
- Mars 2021 : CP Food'Angers
- Mars 2021 : CP Sondage
- Mai 2021 : CP Ouverture de l'Appellation aux écoles professionnelles
- Juillet 2021 : Annonce SIRHA - vendredi 24 septembre
- Août 2021 : Marché Complice Saint-Jean-de-Luz

### Les médias locaux : de vrais alliés

Véritables alliés du Collège Culinaire de France, les médias locaux sont aussi une vraie caisse de résonance pour l'Appellation. Tout comme le collectif, ils mettent en lumière des hommes et des femmes de métier qui se distinguent au quotidien sur leur territoire pour leur engagement et leur savoir-faire.

Tout au long de l'année, ils se font le relais fidèle de toutes les initiatives du collectif : qu'il s'agisse d'événements professionnels ou grand public, la dynamique du réseau sur les territoires intéresse et est soutenue. Grâce à cette proximité terrain, les médias locaux permettent également au Collège Culinaire de France de repérer d'autres artisans, producteurs et restaurateurs souvent isolés.



### Le Carnet d'Inspiration qui recense de bonnes pratiques adoptées par les membres du collectif

Créé le 2 juin à partir d'idées partagées par les membres du Collège Culinaire de France lors de groupes de travail, le Carnet d'Inspiration est aujourd'hui alimenté par les témoignages de tous les membres qui mettent en place des actions engagées dans le sens des valeurs piliers du Collège Culinaire de France :

- La transparence, pas seulement sur l'origine des produits, les méthodes de culture et la transformation, mais aussi dans les relations et les comportements.
- La saisonnalité, dont seul le producteur peut être garant.
- La coopération entre producteurs, artisans et restaurateurs (cuisiniers et salle).
- L'engagement militant, la conviction mise en action, notamment auprès des clients finaux.

Organisé en 4 chapitres, il dresse une liste non-exhaustive de suggestions pratiques, avec pour objectif d'éveiller, de sensibiliser et d'inspirer producteurs, artisans et restaurateurs et ce dès leur premier pas au sein du collectif. <https://carnetdinspiration-ccf.squarespace.com/>





# L'ÉCOSYSTÈME GLOBAL DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

L'alternative d'une culture et d'un système d'avenir de l'artisanat et de la diversité culinaire qu'incarnent les membres du Collège Culinaire de France s'impose progressivement dans l'univers des métiers de la gastronomie. Le Collège Culinaire de France en constitue certainement, dès aujourd'hui, la pointe avancée.

En revanche, si l'ambition est à la hauteur et à la mesure des convictions et des passions de tous les membres, il n'en reste pas moins que nous vivons dans un monde de plus en plus interdépendant où, comme l'a très bien démontré la théorie du chaos, un battement d'aile de papillon à une extrémité de la planète peut provoquer un cyclone à l'autre extrémité... Quelle meilleure démonstration, s'il en était besoin, que la Covid... Nous vivons entourés d'une dynamique de forces et de systèmes que nous devons prendre en compte et sur lesquelles nous devons réfléchir comment agir si nous voulons espérer développer et imposer, dans la durée, notre propre système.

C'est pourquoi, nous travaillons depuis ces dernières années sur, en quelque sorte, un exosquelette qui permette de servir la vision et l'ambition du Collège Culinaire de France tout en maintenant sa propre intégrité et l'autonomie de ses principes fondamentaux, précisément rappelés dans le chapitre 4 de ce rapport d'activité.



# LA VISION DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

Nous vivons un renversement mondial.

Nos métiers sont entraînés dans un bouleversement qui place chacun d'entre nous au cœur de tous les dangers. Individuellement nous sommes en perte de repères, collectivement nos sociabilités traditionnelles se délitent et, malgré de nombreux élans de solidarité, nous avons du mal à imaginer comment nous allons en reconstruire de nouvelles ; enfin politiquement nous sommes déconcertés, ou mêmes parfois découragés, face à des mesures dont nous avons souvent du mal à comprendre la logique.

Mais, comme dans toute crise, nous pouvons saisir de nouvelles opportunités qui émergent.

## C'est d'une véritable révolution dont il s'agit.

Elle place nos activités de restaurateurs et producteurs au cœur de l'avenir de l'humanité.

Nous sommes convaincus que **NOURRIR** va devenir la priorité absolue de tous les Hommes et la matrice de tous les grands enjeux de la survie et de l'avenir de l'humanité.

**Priorité absolue de tous les Hommes parce que NOURRIR est un puissant moteur pour les trois dimensions qui font société.**

Nourrir est et s'affirmera dans l'avenir comme le sujet central de nos vies individuelles, collectives et sociétales. Nourrir détermine notre relation à nous-mêmes (Je suis ce que je mange), notre relation aux autres (manger est au cœur du lien social, du plaisir et de la convivialité) et notre relation au monde (manger dépend de la préservation de la biodiversité).

**Matrice de tous les grands enjeux de la survie et de l'avenir de l'humanité parce que NOURRIR détermine et impacte tous les grands enjeux de l'humanité :**

- **La santé** (cf. COVID 19 / l'obésité, première cause mortalité mondiale en 2018).
- **L'environnement** (dégradation des sources de nourritures de la terre et de la mer).
- **L'éducation** (apprendre à manger comme on apprend à lire).
- **La culture** (source de diversité, approche « glocale »).
- **L'économie** (l'imposture des prix bas, l'économie de la qualité, la démocratisation du bien manger).
- **Le social** (le lien social, le partage, le plaisir).
- **Les relations internationales** (les seules ententes internationales possibles sont les ententes gastronomiques).

**Le contenu de nos assiettes déterminera l'avenir de la planète.**

Il s'agit de placer « NOURRIR » au cœur de l'avenir de notre avenir individuel, collectif et environnemental. Ce renversement révélé par le COVID, a déjà été engagé par le Collège Culinaire de France, pas à pas, depuis sa création. Et par-delà les bouleversements que génèrent le Covid et les incertitudes de son évolution, cette pandémie d'un nouveau genre ouvre aujourd'hui un changement d'échelle et un horizon élargi.

# L'ÉCOSYSTÈME EN RELATION DIRECT

NOUS DEVELOPPONS UN ÉCOSYSTÈME AUTOUR DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE POUR CONTRIBUER A SON DEPLOIEMENT ET A SA PÉRENNITÉ

En parallèle du développement du Collège Culinaire de France, un travail de fond et d'investissement, à plusieurs niveaux, est mené depuis plus de trois ans par Christian Regouby. Cette démarche mobilise plusieurs contributeurs bénévoles, extérieurs à l'association. L'objectif est de soutenir et de diffuser, au-delà du Collège Culinaire de France, la vision et le modèle élaborés. La volonté et la stratégie consistent à construire une dynamique forte et large, issue de plusieurs sources de légitimité, pour se doter de la capacité de consolider, dans la durée, les fondamentaux déployés.

Ce travail vise à construire un véritable écosystème de ressources humaines et économiques qui soit capable de servir conjointement, en synergie et de façon mesurable, les ambitions, les leviers de Haute Valeur Relationnelle (HVR) et la mise en place d'une véritable économie de la coopération.

Le Collège Culinaire de France est le socle central d'une culture des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaires qui sous-tend notre conception de la gastronomie.

L'écosystème du Collège Culinaire de France s'articule entre différentes entités de façon transversale selon les valeurs et les pratiques du concept de coopération, expliqué dans notre dossier spécial, qui est une composante clé de l'ADN du Collège Culinaire de France. Cela concerne aujourd'hui trois entités complémentaires.

## Manger Citoyen

### Manger Citoyen

Association loi de 1901 créée en 2017  
[www.manger-citoyen.org](http://www.manger-citoyen.org)

L'association Manger citoyen vise à sensibiliser les citoyens à ce que manger veut dire à partir d'une connexion avec le Collège Culinaire de France, notamment à travers l'organisation de dîners Manger Citoyen dans des Restaurants de Qualité et le contact avec des Producteurs Artisans de qualité.

**Le « bien manger » est au cœur de toute l'actualité ainsi que le « bien produire ».**

Et, pourtant, les lignes ont du mal à bouger, l'énumération des causes est longue : impuissance des politiques publiques, puissance des lobbies, poids et inertie des habitudes, tendance naturelle à la facilité, manque d'éducation, perte des transmissions familiales... Cependant, les alertes se font de plus en plus nombreuses et pressantes quant aux impacts sur la santé des Hommes et sur celle de la planète. La démarche et l'action du Collège Culinaire de France se sont, dès le début, inscrits dans ce combat pour la sensibilisation, l'éducation, le partage des valeurs et pratiques entre les maillons de la chaîne de la qualité que sont les producteurs et artisans, les cuisiniers et équipes de salle et les clients. La responsabilité et l'engagement de chacun de ces acteurs sont déterminants pour contribuer à un nouveau mode d'alimentation, donc de vie. Toute action « vertueuse » doit nécessairement être accompagnée de communication et de pédagogie pour expliquer et entraîner tous les citoyens vers une gastronomie humaniste.

### La communauté de clients militants du mouvement Manger Citoyen

Depuis sa création fin 2017, le mouvement Manger Citoyen (association loi 1901) vise à sensibiliser les « mangeurs citoyens » que le pouvoir citoyen est dans l'assiette et à créer des liens pour diffuser les valeurs du Collège Culinaire de France et de son Appellation auprès du grand public. Le mouvement regroupe à date 2500 adhérents.



FONDATION  
**GASTRONOMIE  
HUMANISTE**  
INSTITUT DE FRANCE

### La Fondation pour la gastronomie humaniste - Institut de France

[www.gastronomie-humaniste.org](http://www.gastronomie-humaniste.org)

Créée le 16 juillet 2019 par Christian REGOUBY, Alain DUCASSE et le Pr David KHAYAT, cette Fondation d'utilité publique, sous l'égide de l'Institut de France, a pour vocation de démocratiser et écologiser le bien manger dans le monde.

La Fondation se veut inclusive, universelle et humaniste. L'Institut de France contrôle l'utilisation éthique des fonds recueillis au regard des ambitions, des valeurs et objectifs affichés. La Fondation soutiendra et initiera, en fonction des ressources recueillies, des projets en résonance et en synergie avec la vision, les valeurs et les actions du Collège Culinaire de France.

La Fondation pour la Gastronomie Humaniste veut sortir la culture gastronomique de la seule perception élitiste qui prévaut encore aujourd'hui.

Elle s'emploiera à favoriser la circulation internationale des savoir-faire et des savoir-être, bâtisseurs de lien social mais aussi à organiser des rencontres inédites entre, d'une part des gastronomes, des cuisiniers ou des producteurs de toutes les latitudes, et d'autre part des agronomes, des médecins, des diététiciens, des nutritionnistes, des économistes, des sociologues, des philosophes, des anthropologues, et des décideurs publics ou privés. Elle mobilisera et soutiendra tous les acteurs sur cette prise de conscience et sur les actions qui en découlent à partir d'une Déclaration Universelle de la Gastronomie Humaniste, pour initier un nouveau contrat social des territoires et des Hommes.

Quatre grands programmes seront déployés en synergie avec des réseaux terrains engagés des Restaurants et Producteurs Artisans de Qualité et des 2500 membres du mouvement Manger Citoyen qui sont déjà constitués et qui maillent l'ensemble des territoires :

#### NOURRIR L'ENFANCE

Pour faire évoluer durablement les comportements alimentaires de tous les enfants et donner accès aux enfants défavorisés au bien manger par la découverte et l'éducation.

#### NOURRIR LES TERRITOIRES

Pour développer la dynamique du lien social et de la relation à la terre entre tous les maillons de la chaîne alimentaire des territoires alimentaires.

#### NOURRIR L'ARTISANAT CULINAIRE

Pour développer un système de soutien économique et relationnel des artisans culinaires.

#### NOURRIR LA PAIX

Pour faire de la commensalité un levier d'altérité et de convivialité.

### Glocal Culinary College

*En cours de création / Lancement prévu : janvier 2022*

Les métiers du patrimoine culinaire artisanal placent la gastronomie au cœur d'un enjeu planétaire pour l'humanité.

Face à l'industrialisation et à la standardisation alimentaire mondiale qui ne peut plus produire sans détruire, nous voulons faire émerger un nouvel écosystème alimentaire fondé sur l'artisanat et la diversité.

Nous voulons développer une nouvelle culture métier planétaire partagée, entre les territoires et les hommes, par-delà les frontières. Nous voulons qu'elle soit incarnée et nourrie des diversités locales par la chaîne des hommes et des femmes de l'artisanat culinaire.

Nous avons la responsabilité de transmettre la convivialité et le lien social et l'éco-responsabilité du « bien manger pour tous » : bon pour le goût, bon pour la santé, bon pour la planète.

**Le Glocal Culinary College : un réseau mondial de collèges culinaires nationaux pour porter une vision planétaire de la gastronomie.**

La gastronomie est humaniste. Au sens originel donné par Brillat Savarin : « La gastronomie est la connaissance raisonnée de tout ce qui a rapport à l'homme en tant qu'il se nourrit. Son but est d'assurer la conservation des hommes au moyen de la meilleure nourriture possible ». Elle est le reflet de la diversité des territoires, des terroirs, des histoires singulières qui leurs sont attachées et des savoir-faire qui s'y sont développés. Elle concerne tous les êtres humains chaque jour. Elle est un lien puissant entre les hommes et avec tout le monde vivant. Dans chaque pays il existe un patrimoine culinaire artisanal.

Nous sommes convaincus qu'il est possible de faire émerger une vision universelle planétaire à partir de ce que manger veut dire. Nous pensons qu'elle doit être initiée à partir du local pour prendre en compte les spécificités des cultures des territoires et des hommes qui les composent.

Le Japon, avec lequel nous travaillons déjà depuis plusieurs mois, devrait être le premier pays à adhérer à ce projet dès le début 2022. Un grand nombre de pays, comme le Japon, possède un patrimoine culinaire artisanal propre qu'il est important de valoriser en capitalisant sur le modèle expérimenté par le Collège Culinaire de France ces dix dernières années.

**La volonté est de bâtir un nouveau contrat social écoresponsable des territoires et des hommes qui émerge, par-delà des frontières, à partir de la construction d'un « commun » qui puise dans ses racines et se nourrit des expériences, des savoir-faire et de la diversité des cultures du monde vivant de la terre et de la mer.**

**Une gastronomie planétaire humaniste, durable et responsable qui contribue à changer le monde.**

# EN COOPÉRATION AVEC D'AUTRES ACTEURS

## L'association les Territoires du Vivant

Association loi de 1901 au sein du groupe SOS  
Groupe SOS : Premier groupe d'Économie Sociale et Solidaire en Europe.  
21000 personnes employées.  
1,7 millions de bénéficiaires directs.  
Implanté dans les 12 régions françaises et dans 44 pays.

## Origine de l'association

Dénommée initialement Association Paris Food Forum, elle a été, à l'origine, en 2019 créée par trois fondateurs : le chef Alain Ducasse, l'ambassadeur Philippe Faure et le délégué général du Collège Culinaire de France Christian Regouby. Son objectif initial était de porter l'initiative proposée au Président de la République, de concevoir en France un événement majeur pour l'avenir de l'alimentation et de la gastronomie : Le Paris Food Forum.

Inspiré par la vision et le projet de la Fondation Gastronomie Humaniste-Institut de France le Paris Food Forum, qui devait être officiellement lancé en juin 2020, avait pour ambition d'être le plus grand événement mondial autour de l'alimentation et de la gastronomie, à la demande du Président de la République Emmanuel Macron. Mettre l'alimentation et la gastronomie au centre des débats planétaires était le but de ce grand rassemblement qui devrait réunir plus de 500 personnalités des secteurs de l'alimentation et de la gastronomie. Le projet ne pouvant se réaliser en l'état au regard des contraintes inhérentes à la pandémie, le Premier Ministre a annoncé fin 2020 le projet de lancement de « l'Année de la gastronomie » dont le point d'orgue serait, un « Forum de France de la Gastronomie » début 2022, dans l'esprit du projet initial Paris Food Forum, et en fonction de l'évolution des contraintes sanitaires.

Dans cette perspective est née l'idée d'engager des liens de coopération avec le groupe SOS afin de conjuguer sa puissante expérience terrain et sa connaissance des projets publics d'accompagnement, avec une nouvelle trajectoire pour l'Association du Paris Food Forum, afin d'élargir sa vocation. Elle est désormais nommée : l'Association Territoires du Vivant. Intégrée au groupe SOS l'association constituera un puissant levier opérationnel d'appui au sein des territoires en adéquation avec la stratégie locale du Collège Culinaire de France et en synergie avec l'ensemble de l'écosystème. En profonde mutation, les conséquences de la crise sanitaire dans le secteur amènent à imaginer des solutions nouvelles pour donner un second souffle à ces activités centrales, à la fois pour les filières de restauration et de production.

Cela positionne l'Association Territoires du Vivant comme un acteur dont la vocation et les capacités, devront permettre de :

- Créer des liens entre les différents acteurs publics et privés à la fois dans la recherche de collaborations globales, de vision et de déploiement opérationnel sur le terrain grâce à son réseau large et fort (Pôle stratégie).
- Écrire, intervenir, former, conseiller sur les thématiques de gastronomie humaniste, d'éco-responsabilité, de commensalité et de santé.
- Répondre également aux appels à projets (Pôle conseil et formation).
- Organiser des événements référents avec remise de prix comme prix de la restauration durable, le sport et la santé etc. (Pôle animation, promotion, communication).
- Développer des synergies avec des acteurs internationaux, Italie, Japon autour des sujets d'alimentation responsables (Pôle international).

Dans ce sens, l'association Territoires du Vivant, en maillage avec l'ensemble des associations du GROUPE SOS, aura la possibilité d'apporter son expertise à partir de ces 4 pôles d'actions et de sa connaissance des mécanismes du secteur public pour servir la vision et les ambitions du Collège Culinaire de France et de son écosystème.

## Le Collège Culinaire de France relais central au niveau IDF et national dans le projet 1000 restaurants de l'ADEME

Dans le cadre du plan de relance, le Fonds de Tourisme Durable, porté par l'Agence de la Transition Ecologique (ADEME), a été mis en place par l'Etat. L'objectif est de soutenir, via des aides financières, des restaurateurs dans leur démarche vers une restauration durable, dans les villes de moins de 20 000 habitants.

Les restaurants qui le souhaitent peuvent bénéficier d'un accompagnement gratuit, pour présenter leur dossier de demande de subvention dans le cadre de ce programme national d'action.

Le but du Fonds de Tourisme Durable est de :

- Promouvoir ces territoires ruraux pour renforcer leur attractivité et leur visibilité touristique grâce à leur engagement environnemental durable et local.
- Favoriser le développement économique de ces territoires touristiques sur « 4 saisons ».
- Contribuer, avec les restaurateurs sélectionnés, à la transition agricole et agro-alimentaire grâce au développement de circuits courts de proximité et de qualité.

L'ADEME a retenu des partenaires dans chaque région de France, dont le Collège Culinaire de France, en association avec le groupe SOS, leader de l'Économie Sociale et Solidaire, pour accompagner, les restaurants situés en région Ile-de-France, dans des villes de moins de 20 000 habitants.

Le Collège Culinaire de France est également relais au niveau national pour vérifier l'éligibilité des villes concernées et orienter les membres Restaurants de Qualité du Collège Culinaire de France vers le partenaire régional adéquat afin de les faire bénéficier de l'accompagnement gratuit prévu à cet effet.



## INDÉPENDANCE MAIS INTERACTION AVEC LES POUVOIRS PUBLICS

La place singulière occupée par le Collège Culinaire de France au sein des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaire, les positions acquises par les différentes entités de son écosystème, les coopérations engagées avec d'autres acteurs et ainsi que la vision et les concepts opérationnels portés, placent naturellement les dirigeants de l'ensemble de l'écosystème au cœur des projets publics et sociétaux innovants.

Cette position à la fois d'observation et de contribution, permet de piloter concrètement la dynamique des forces du projet.

Pour exemple :

- Année de la Gastronomie.
- Forum de France de la Gastronomie.

# Lexique

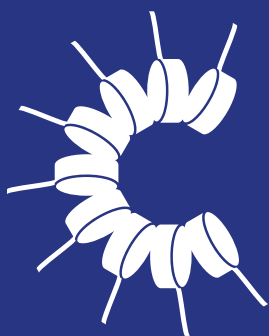


<b>Amélioration continue</b>	C'est l'état d'esprit d'un membre du CCF pour progresser sur la mise en œuvre des valeurs dans ses pratiques.
<b>Appellation de qualité</b>	Une reconnaissance par le Collège Culinaire de France d'un restaurant / producteur / artisan de qualité.  En aucun cas un label certifiant des produits.
<b>Artisan</b>	Un artisan se distingue d'un industriel par les critères suivants : <ul style="list-style-type: none"><li>• Il maîtrise et est présent à tous les stades de la chaîne de fabrication.</li><li>• Il incarne l'histoire et le savoir-faire de son métier / ses produits.</li><li>• Il est transparent sur l'origine de ses produits et ses méthodes de production / transformation.</li></ul>
<b>Artisanat</b>	Au-delà d'un métier, l'artisanat est une culture et une démarche qui conjuguent savoir-faire et savoir-être. Chaque artisan porte une identité singulière, pratique la transparence, et s'engage dans une coopération effective.
<b>Café de (re)connexion</b>	Organisé en marge du déplacement de la team Collège Culinaire de France en régions. Réunion d'1h qui s'adresse exclusivement aux membres, de ladite région, qui n'ont jamais assisté à un événement du Collège Culinaire de France et lors de laquelle on rappelle la nécessité de s'investir au sein du collectif.
<b>Café d'Intégration</b>	Réunion mensuelle en visio avec les nouveaux membres du Collège Culinaire de France pour leur expliquer les fondamentaux, les outils à leur disposition et répondre à leurs questions.
<b>Carnet d'inspiration</b>	Le Carnet d'Inspiration a pour objectif d'éveiller, de sensibiliser et d'inspirer producteurs, artisans et restaurateurs grâce à la compilation de suggestions pratiques et expérimentées par les membres.
<b>CCF</b>	Abréviation de Collège Culinaire de France.  Communauté militante et indépendante d'hommes et de femmes de métiers de l'artisanat et de la diversité culinaires face à l'industrialisation de la restauration et à la standardisation alimentaire.
<b>CESV</b>	Comité Éthique de Sélection des vigneron
<b>Chaîne des 4 maillons</b>	Celle qui relie, dans une chaîne humaine de qualité, les producteurs et artisans, les équipes de cuisine, les équipes en salle, et les clients.
<b>Coopération</b>	Coopérer c'est œuvrer ensemble. C'est faire œuvre commune dans la durée. C'est mobiliser et initier des comportements structurels qui s'inscrivent dans le temps. La coopération relève d'un engagement. Coopérer consiste à construire un socle de relation humaine, à travers le partage d'expériences vécues, dans le cadre d'une confiance acquise à partir d'une vision et de valeurs communes.  <i>[Se référer au dossier spécial page 28]</i>
<b>Comité d'Experts</b>	Experts bénévoles sollicités sur différents sujets au fil des besoins (experts filières produits, santé, digital, économie...).
<b>Contrôle</b>	La crédibilité du Collège Culinaire de France repose sur la qualité de ses membres. Au-delà du contrôle permanent par les référents régionaux, une procédure spécifique de contrôle est déclenchée dès qu'un membre fait l'objet d'un commentaire critique.
<b>CRIO</b>	Comité de Réflexion et d'Innovation Opérationnel. Organe central de gouvernance et de décision du Collège Culinaire de France.
<b>Curseur d'engagement</b>	Symbolisé par une jauge sur chaque fiche de membre sur le site. Ce curseur permet d'identifier avec combien de Producteurs Artisans de Qualité collabore le Restaurant de Qualité (et vice et versa).
<b>Dîner complice</b>	Dîner organisé chez un membre (Restaurant de Qualité ou Producteur Artisan de Qualité) et qui vise à proposer une expérience enrichissante au grand public tout en mettant en lumière la relation de complicité entre membres.
<b>Diversité</b>	Celle des membres, des identités, des cultures, des produits, des cuisines, dès lors qu'ils sont en phase avec les valeurs et engagements du Collège Culinaire de France. Pour la qualité des produits, la diversité s'oppose à la standardisation (produits normés, calibrés, réguliers).

<b>Espace membre</b>	Espace digital exclusivement réservé aux membres du Collège Culinaire de France avec la possibilité de mettre à jour leur fiche publique, d'accéder aux coordonnées des 3000 membres du réseau, de disposer de solutions pratiques, etc.
<b>Fondateurs</b>	Les fondateurs sont à l'initiative du Collège Culinaire de France. Ils participent activement au rayonnement de la gastronomie en France et dans le monde. Leur notoriété et la puissance de leur talent incontestable et incontesté en font un atout exclusif du collectif.
<b>Fournisseur</b>	Ce mot ne fait pas partie du langage du Collège Culinaire de France. Largement utilisé dans l'industrie et la distribution agroalimentaire il réduit l'identité d'un artisan à un objet de négociation et de soumission commerciale.
<b>Garde-Manger</b>	Nouvelle rubrique du site internet du Collège Culinaire de France qui répertorie les 500 boutiques en ligne de Producteurs Artisans de Qualité, réparties en 24 catégories.
<b>Gastronomie</b>	Pour le Collège Culinaire de France c'est : « La connaissance raisonnée de tout ce qui se rapporte à l'homme en tant qu'il se nourrit. Son but est de veiller à la conservation des hommes au moyen de la meilleure nourriture possible » Brillat Savarin. En complément la définition sociétale portée par la Fondation Gastronomie Humaniste : La gastronomie est un humanisme, avenir philosophique et politique d'une civilisation de l'empathie.
<b>Glocal</b>	Une vision globale et une action locale.
<b>GRA</b>	Grande Rencontre Annuelle des membres et de la communauté du Collège Culinaire de France.
<b>Gouvernance</b>	Dispositif permettant d'assurer la coordination des parties prenantes de l'organisation du Collège Culinaire de France et de prendre des décisions pour la piloter.
<b>HVR</b> <b>Haute Valeur Relationnelle</b>	Anciennement appelé Haute Qualité Relationnelle. Le mot valeur signifie « création de valeur » humaine mais aussi économique rentable. La HVR est la marque de fabrique d'une économie de la coopération : créer de la valeur économique à partir de d'un système de relation humaine productive, un modèle relationnel créateur de valeur humaine, économique et écologique.
<b>Immersion</b>	Événement lors duquel un membre du collectif invite d'autres membres sur son exploitation / dans son restaurant et leur fait vivre le temps d'une journée son quotidien. L'occasion de découvrir ainsi son métier, son histoire et sa démarche.
<b>Indépendance</b>	C'est le prix de la liberté pour le Collège Culinaire de France uniquement financé par les cotisations de ses membres.
<b>Interdépendance</b>	Dépendance mutuelle, besoins réciproques, qui impliquent coopération, interaction et complémentarité. Seule l'interdépendance permet d'accéder à l'autonomie.
<b>JEN</b>	Journée d'Echanges Nationale à Paris entre Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité.
<b>JER</b>	Journée d'Echanges Régionale entre Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité.
<b>Marché complice</b>	Événement grand public permettant de découvrir les Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité de sa région / de son département.
<b>PAQ</b> <b>Producteur Artisan de Qualité</b>	Au-delà d'un métier, le Producteur Artisan de Qualité est à la source d'une chaîne humaine constituée de producteurs, artisans, cuisiniers, équipes de salle, clients, qui conjugue savoir-faire et savoir-être. L'appellation reconnaît une personne dans son métier et sa démarche et non des produits.
<b>Prix</b>	La qualité a un prix. Celui qui permet au producteur, à l'artisan d'en vivre. Ce prix ne se discute pas. Un prix qui ne correspond pas à une juste valeur, coûte forcément plus cher à terme à chaque maillon de la chaîne. Les coûts cachés d'un prix bas sont pénalisants pour tous dans la durée.
<b>Qualité</b>	Pour le Collège Culinaire de France la qualité est conditionnelle d'abord d'une relation de qualité, sans laquelle la qualité des produits, des cuisines, des talents quels qu'ils soient ne peuvent exister dans la durée. C'est avant tout celle des relations et comportements entre membres. Pour les produits, c'est l'opposé du produit standard, normé et calibré industriel.

<b>Règles comportementales</b>	Elles permettent de mettre en œuvre la HVR entre les membres : la bienveillance, la curiosité et la générosité.
<b>Référent</b>	Restaurants de Qualité ou Producteur Artisan de Qualité, le référent joue un rôle de relais régional des valeurs et messages du Collège Culinaire de France. Au cœur des territoires, chaque référent est un activateur de la cohésion et du déploiement du Collège Culinaire de France.
<b>RQ</b> <b>Restaurant de Qualité</b>	Au-delà d'un lieu physique, le Restaurants de Qualité est le cœur d'une chaîne humaine constituée de producteurs, artisans, cuisiniers, équipes de salle, clients, qui conjugue savoir-faire et savoir-être. L'appellation reconnaît un établissement dans sa démarche de qualité et non un chef.
<b>RPAQ</b>	L'ensemble des membres Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité.
<b>Savoir-être</b>	Correspond à la base des comportements relationnels adaptés pour passer de l'esprit de compétition destructrice à celui de coopération productive. Le savoir-être repose notamment sur : l'empathie, la curiosité, la transparence, la responsabilité et l'engagement. Pour le Collège Culinaire de France, le savoir-faire d'excellence n'existe que s'il est conjugué avec le savoir-être d'excellence.
<b>Saisonnalité</b>	Repère symbolique, culturel et réel d'un produit frais de qualité dont seul le producteur est garant.
<b>Sélection</b>	La crédibilité du Collège Culinaire de France repose sur la qualité de ses membres. Il importe ainsi de sélectionner les candidats de façon rigoureuse selon un processus impliquant les référents régionaux, éventuellement des experts et / ou le CRIO, et les chefs fondateurs in fine. La sélection repose sur des critères objectivement mesurables.
<b>TaskForce</b>	Groupe de travail composé de plusieurs membres pour mener à bien un projet ou une réflexion.
<b>Territoires</b>	Déploiement du Collège Culinaire de France en régions pour renforcer les expériences relationnelles entre les membres et diffuser le système alternatif développé par le Collège Culinaire de France au cœur d'une dynamique territoriale.
<b>Transparence</b>	Valeur cardinale du Collège Culinaire de France : être transparent sur l'origine des produits et ses méthodes de culture, élevage, pêche, transformation ; ainsi que dans ses relations et comportements. C'est la condition première et la force d'une coopération productive.
<b>Valeur ajoutée</b>	Au Collège Culinaire de France elle est avant tout relationnelle et doit générer entre les membres de la V.A. économique « gagnant-gagnant ». Si tu ne gagnes pas, je perds forcément à terme. « Je ne perds jamais, soit je gagne, soit j'apprends » (Nelson MANDELA).





**le Collège  
Culinaire  
de France**

64 rue du Ranelagh  
75016 Paris

[contact@college-culinaire-de-france.fr](mailto:contact@college-culinaire-de-france.fr)

01 44 90 50 81

[college-culinaire-de-france.fr](http://college-culinaire-de-france.fr)



**#CollegeCulinairedeFrance**  
**#RestaurantdeQualite**  
**#ProducteurArtisandeQualite**

[carnetdinspiration-ccf.squarespace.com](http://carnetdinspiration-ccf.squarespace.com)