

Bilan & perspectives

édition
2022





3	Sommaire
4	Édito
6	Rappel des grandes orientations à 5 ans (Jan 2021 - Déc 2025)
7	Rappel des 5 axes stratégiques à horizon 2025
11	Rapport annuel d'activité 2022
12	Chiffres clés 2022
14	Bilan des activités 2022
34	Bilan financier 2021 et 1 ^{er} semestre 2022
36	Dossier spécial territorialisation
43	Perspectives 2023
44	Déclinaison des 5 axes stratégiques en priorités pour 2023
49	Budget 2023
50	Fondamentaux
52	Dates clés
53	Raison d'être et la singularité du Collège Culinaire de France
56	Charte du Collège Culinaire de France
58	Gouvernance
63	Sélection et contrôle
65	Chaîne de la qualité
67	Outils singuliers
86	Écosystème global du Collège Culinaire de France
88	Vision du Collège Culinaire de France
89	Écosystème en relation directe
93	En coopération avec d'autres acteurs
94	Indépendance mais interaction avec les pouvoirs publics
96	Lexique



Edito

Nous devons tous faire face à des difficultés de recrutement, à de nouvelles relations au travail et à une révision en profondeur de la conception de nos activités. Tous nos repères sont bouleversés. Complexité et incertitude sont désormais les maîtres mots qui s'imposent à nous tous. Chacun essaie de faire de son mieux pour s'en sortir. Mais malheureusement, l'énergie que nous y mettons n'est, le plus souvent, pas suffisante. Certains découragés, abdiquent. Comment répondre au manque de candidats pour les milliers de postes à pourvoir dans nos métiers, au manque de qualité de vie de plus en plus souvent invoqué quand, malgré des augmentations de salaires et de nouvelles conditions de travail aménagées, les offres d'emploi peinent à trouver preneurs... ?

Nous devons raisonner autrement.

Tant il est vrai qu'on ne pourra pas trouver de solutions pérennes avec les mêmes modes de pensée et les mêmes conceptions du travail que celles qui ont généré les impasses dans lesquelles nous nous trouvons aujourd'hui.

Tout doit être revu au prisme des modes de relations que nous entretenons avec ce qui nous entoure: mode de relation au travail, mode de relation entre confrères, mode de relation à ce que signifie sa propre qualité de vie, à la nature, ...

Et nous avons, ensemble, largement anticipé ce sujet, puisqu'il est au cœur de l'ADN sur lequel le Collège Culinaire de France se construit, depuis plus de dix ans maintenant: **la relation**. Toute la vision, la philosophie, la démarche et les valeurs opérationnelles créées sur le terrain par le Collège Culinaire de France, partent de ce concept de la qualité relationnelle. Ce que nous appelons la HVR (Haute Valeur Relationnelle). Beaucoup d'entre vous participent à sa définition concrète et font vivre la méthode qui la sous-tend.

Et ceux qui s'y engagent, montrent, à travers l'exploration de leurs expériences vécues, que ce sont les pistes de nouveaux modèles rentables et durables.

Loin des déclamations, des vociférations, des revendications, des indignations, la culture relationnelle développée par le Collège Culinaire de France s'imprime et s'affirme chaque jour un peu plus. Les premiers témoins qui la diffusent, à ceux qui s'y intéressent, sont tous ceux qui participent aux événements et aux actions du Collège Culinaire de France qui sont générées par nos membres engagés.

Cela n'efface pas les difficultés, mais cela donne les perspectives et les bons leviers pour s'en sortir. Pour résoudre les problèmes du quotidien, il ne faut pas regarder le bout de ses chaussures, il faut se projeter loin, sur un horizon construit de convictions, de valeurs humaines et de principes productifs. Pour que chaque action, engagée dans le court terme, le soit à l'intérieur d'un sens qui participe à assurer un déploiement durable et rentable pour chacun de nous.

Partir de **nos territoires**, c'est-à-dire de la proximité et de la richesse de ce qui nous entoure, tisser des liens et reconnaître l'identité de celles et ceux qui incarnent au quotidien la chaîne de valeur humaine sans laquelle la qualité n'existe pas, cela se mesure concrètement par des comportements qui font émerger une nouvelle culture métier qui, elle-même, sous-tend le ferment d'une nouvelle civilisation....

Lisez notre rapport d'activité 2022, à la lumière de cette démarche, et vous comprendrez pourquoi nous recevons, toujours, malgré la tourmente, chaque mois, un nombre soutenu de candidatures dont la source principale, est, à plus de 80%, le bouche-à-oreille. Ce qui prouve que chacune et chacun d'entre vous est, et restera, le premier média du Collège Culinaire de France.



Alain DUCASSE
Co-Président



Alain DUTOURNIER
Co-Président



Christian REGOUBY
Délégué Général



Célia TUNC
Secrétaire Générale



Rappel des grandes orientations à 5 ans

(Jan 2021 - Déc 2025)

La complexité et l'incertitude dans lesquelles nous sommes plongés bouleversent nos repères.

Les premiers points d'appuis, à la portée de tous, sont ceux qui se trouvent autour de nous.

Cette prise de conscience de la richesse des opportunités, qui se trouvent dans notre proximité, implique de comprendre avec qui nous sommes en relation, et de quoi nous dépendons, sur les territoires locaux où nous vivons. Faut-il encore savoir le déchiffrer et se donner les moyens d'y accéder.

Depuis sa création, le Collège Culinaire de France a fondé sa démarche de qualité sur le maillage d'une chaîne de valeurs qui unit, en synergie, les acteurs de l'artisanat et de la diversité culinaire de la terre et de la mer à l'assiette. La qualité ne peut exister que dans une étroite contribution entre chaque acteur de cette chaîne. Cette nouvelle notion de la coopération, comme nous l'avons expliquée dans le dossier

spécial du rapport 2021, crée, concrètement, de la valeur humaine et relationnelle, rentable et durable. Et le territoire est aujourd'hui l'espace premier et privilégié sur lequel se génère cette création de valeur.

Grâce à sa démarche singulière, le Collège Culinaire de France a pris une avance considérable sur les territoires ces dernières années. En témoignent la multiplication des candidatures par bouche-à-oreille (BAO) qui nous parviennent de toutes les régions de France. L'enjeu est maintenant de passer à la vitesse supérieure. Nous voulons prendre le leadership de chaque territoire, et mettre en valeur les initiatives de nos membres engagés qui se multiplient, localement, pour placer le Collège Culinaire de France en référence de la territorialisation.

C'est pourquoi après le focus l'an passé sur la Coopération, pilier du Collège Culinaire de France, nous avons préparé cette année un dossier spécial sur ce thème de la Territorialisation.



Rappel des 5 axes stratégiques à horizon 2025

Les axes stratégiques définis depuis 2021 pour un horizon de 2025 sont plus que jamais d'actualité. Cette année la territorialisation (axe n°3) y jouera un rôle central.

Nous pouvons puiser, à travers ce que nous avons construit au fil des années sur l'ensemble des Territoires, 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.

En fixant le cadre de ses grandes orientations Le Collège Culinaire de France a la volonté de se donner collectivement les repères pour baliser notre avenir sans jamais renier aucune de nos convictions et de nos passions.

Gardons en mémoire cette phrase pour guider nos actions et notre détermination communes :

Lorsque que le péril est à nos portes, il faut regarder haut et loin pour trouver des réponses immédiates efficaces et construire un avenir durable.



AXE 1 UNE IDENTITÉ SINGULIÈRE

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

L'identité du Collège Culinaire de France est singulière et repose sur la diversité : que ce soit la diversité des métiers au sein du Collège Culinaire de France, la diversité des manières de pratiquer l'artisanat, mais aussi la diversité liée à chacun des Territoires. Ces singularités territoriales, et les coopérations entre territoires, sont le socle du Collège Culinaire de France.

La territorialisation permet au Collège Culinaire de France d'ancrer et de faire vivre son identité dans le réel. Les rencontres en présentiel sont irremplaçables. L'expérience et la découverte de ce qui nous entoure, là où l'on vit, sont une source d'opportunités et de potentialités d'une richesse infinie. Réapprendre un tissage de relations locales, à travers l'échange et l'écoute des vécus, éclaire les chemins du possible pour chacun. Chaque événement du Collège Culinaire de France, sur un territoire, est l'opportunité d'affirmer notre identité et d'incarner une autre culture métier.

C'est dans ce sens que le Collège Culinaire de France est aujourd'hui un acteur majeur destiné à devenir un référent de l'expression des diversités et de l'ouverture des territoires entre eux, face à un monde qui tend à l'homogénéisation et au repliement sur soi.

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 du lien social territorial.

Pour le Collège Culinaire de France, le territoire est d'abord celui que l'on se crée. Il se définit comme une zone d'influence et d'actions pour développer les valeurs et pratiques de l'artisanat culinaire et de sa diversité. Chacun détient sa propre boussole pour construire et élargir son propre territoire.

AXE 2 UN NOUVEAU SYSTÈME: L'ÉCONOMIE RELATIONNELLE

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

Les multiples expérimentations de coopération entre membres sur tout le territoire 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 dupliques à d'autres artisans producteurs ou restaurants. Cela permet d'inciter et d'aider d'autres membres à adapter ces modèles aux leurs, et de faire progressivement émerger une véritable économie de la coopération dans le développement « transdépendant » de nombreux projets.

Le territoire où l'on vit est le premier creuset d'expériences pour mettre en place une nouvelle économie relationnelle gagnant-gagnant. Le territoire, conçu comme espace humain relationnel de culture des différences, brise la standardisation économique et financière. Le Collège Culinaire de France expérimente, à l'initiative de ses membres, des modèles productifs et rentables, mesurables et visibles. Cela permet de renforcer le sentiment d'appartenance. C'est aussi une source de reconnaissance à travers l'expression médiatique et numérique. Enfin cela légitime et affirme la position de ceux qui font et prouvent, avant de dire....

AXE 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.

La territorialisation implique une communication territoriale que met en visibilité la PQR, au plus près des citoyens, à travers les événements locaux, la mise en avant des référents, la mobilisation d'une communauté de citoyens, et le soutien des actions locales du Collège Culinaire de France par les budgets locaux et nationaux. Le maillage des membres du Collège Culinaire de France avec les institutions locales, politiques et édiles locaux, constitue l'expérience et l'exemple de ce qu'il est possible de faire, par-delà la lourdeur des administrations et des politiques nationales.

C'est sur ce terrain de proximité que se déploie le vecteur le plus puissant de communication : le bouche-à-oreille (BAO). L'enjeu est plus pour le Collège Culinaire de France la réputation, véritable cote de confiance qui s'inscrit dans la durée, que l'image aussi éphémère que volatile...



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.

Le territoire est d'abord une communauté d'hommes et de femmes qui crée du commun. Les déracinés du numérique vivent suspendus et sont condamnés à pédaler de plus en plus vite dans le vide pour ne pas disparaître (« ghostés »). Le numérique est un formidable outil au service du monde vivant et non l'inverse.

L'économie également se doit d'être au service de la valeur humaine pour la faire vivre plutôt que d'être siphonnée par la finance déracinée, sans rapport avec les réalités de l'espace et du sol.

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.

AXE 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 addiction et nous nous laissons porter 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.

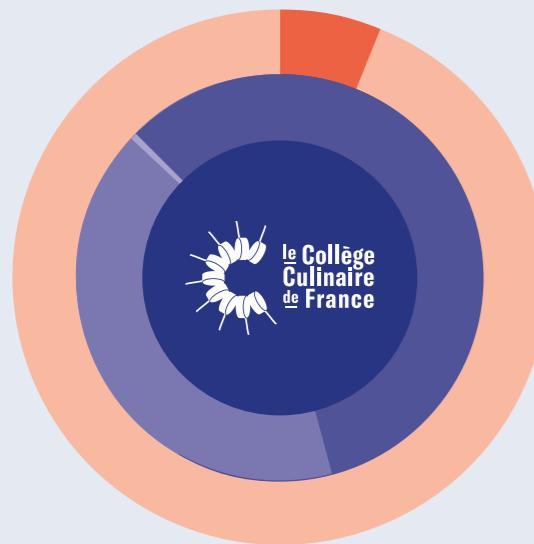
Depuis sa création, le Collège Culinaire de France a développé des outils digitaux incluant site interne et réseaux sociaux qui mettent le focus sur les territoires géographiques et les métiers ainsi que sur les coopérations singulières, tel son curseur d'engagement entre

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 dupliques sur tout le territoire.

Cette année marque un tournant. La refonte de l'outil numérique, préparé depuis de long mois à la lumière des expériences utilisateurs vécues, conjuguées avec l'analyse mondiale des sites les plus performants, place le Collège Culinaire de France à la pointe des évolutions technologiques pour permettre de potentialiser notre culture de Haute Valeur Relationnelle (HVR) au service de tous nos membres. L'extraordinaire performance de ce nouvel outil, au service de notre projet, pourra être utilement exploité dans la conquête et la potentialisation du leadership du Collège Culinaire de France sur chaque territoire.



Chiffres clés 2022



MEMBRES au 20 juillet 2022:

2802 membres au total

1643 Restaurants de Qualité

1159 Producteurs Artisans de Qualité

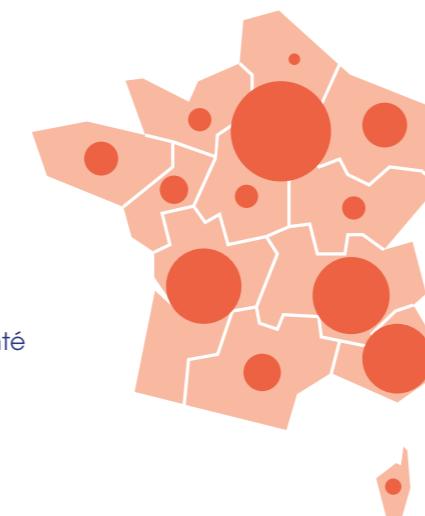
8 Ecoles Professionnelles*

Dont 179 référents régionaux

RÉPARTITION DES MEMBRES PAR RÉGION

497 en Ile-de-France
381 en Auvergne-Rhône-Alpes
373 en Nouvelle Aquitaine
373 en PACA
221 en Grand Est
185 en Occitanie
141 en Pays de la Loire
139 en Bretagne

114 en Centre-Val de Loire
116 en Normandie
115 en Bourgogne Franche-Comté
75 en Hauts de France
70 en Corse
16 dans les Dom-Tom
10 à l'Etranger



CURSEUR D'ENGAGEMENT

Plus de 1 475 membres indiquent travailler avec
au moins 3 autres artisans membres du CCF

* À partir du 1^{er} Septembre 2022

FILIÈRES ARTISANALES

Répartition des producteurs artisans par catégorie de produit

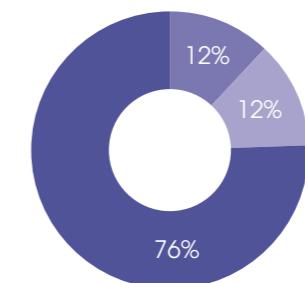


ATTRACTIVITÉ DU CCF

Du 1^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022



■ Acceptées
■ Refusées
■ En cours de qualification



475 artisans ont demandé à intégrer

le Collège Culinaire de France

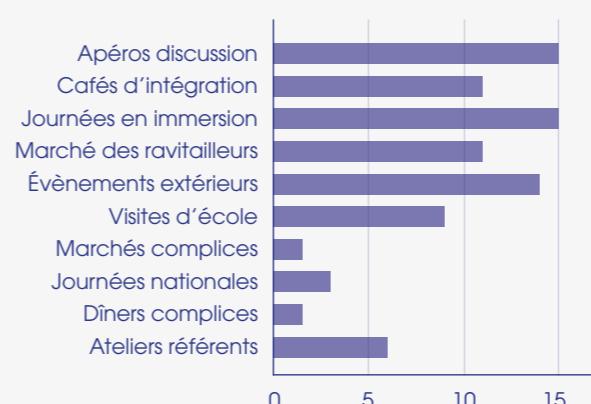
ÉVÈNEMENTS

Par typologie & par région



88 événements

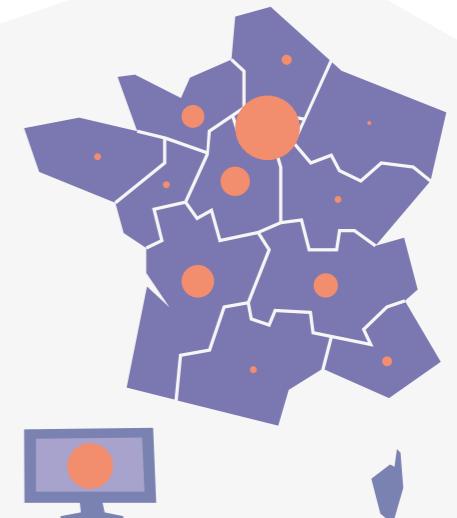
Soit près de 2 événements
en moyenne chaque semaine !



MÉDIAS & RÉSEAUX SOCIAUX

Du 1^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022

- 1 communauté de 60 000 personnes sur les réseaux sociaux
- 374 retombées obtenues (presse - TV - WEB - radio) depuis le 1^{er} juillet 2021
- Près de 360 000 pages vues sur le nouveau site collegeculinairedefrance.fr depuis le 1^{er} juillet 2021



Bilan des actions 2022

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**

AXE 1 UNE IDENTITÉ SINGULIÈRE

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

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 CCF se construisent dans la durée à travers les expériences vécues de Haute Valeur Relationnelle de ses membres.

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.

Actions opérationnelles menées en 2022 :

- ✓ Évolution de l'identité du Collège Culinaire de France. Conception d'une plaque unique « Artisans Militants de la Qualité », pour mieux traduire la réalité du collectif des 10 dernières années sur la singularité/ point commun de tous les restaurateurs, producteurs, vignerons, pâtissiers, distributeurs, et autres pratiquant leur métier dans une démarche artisanale
- ✓ Valorisation du 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.
- ✓ Ce travail est important dans le cadre de la sélection, du contrôle et de la légitimité de chaque membre au sein du CCF
- ✓ Après les Pâtissiers Boutiques en 2021, ouverture du Collège Culinaire de France à de nouvelles filières : Épicerie, caviste et art de la table, et de façon plus générale à tout artisan de l'univers culinaire qui partage et s'engage sur les mêmes valeurs que les membres du CCF
- ✓ Renforcement des contrôles des membres sur la base des valeurs du CCF et évaluation de leur volonté de coopérer et de leur implication au sein du collectif (plus d'infos sur la sélection et le contrôle p.63 et chiffres clés de l'année p.12-13)
- ✓ Organisation d'événements correspondants à l'ADN du CCF, par l'équipe opérationnelle ou directement par les membres eux-mêmes
- ✓ Montée en puissance des cafés d'intégration digitaux mensuels pour les nouveaux membres; afin de s'approprier la singularité du CCF, ses outils et s'impliquer dans le collectif
- ✓ Création d'une gamme d'objets identitaires Collège Culinaire de France à destination des membres pour affirmer leurs engagements et leur appartenance

1
14

APPELATION UNIQUE ARTISANS MILITANTS DE LA QUALITÉ MISE EN ADÉQUATION DE L'IDENTITÉ DE L'APPELATION DE QUALITÉ AVEC LA RÉALITÉ D'ENGAGEMENT VÉCUE PAR LES MEMBRES

L'Appellation de Qualité du Collège Culinaire de France ne s'est jamais présentée comme un label. Elle s'est définie, dès le départ, et affirmée au fil des années, comme un engagement militant de chaque membre.

Elle repose sur une vision, des valeurs et des principes mis en actions. Notre démarche a toujours privilégié les faits sur l'effet. **Nous ne disons pas, nous faisons. Et nous disons, seulement quand nous avons fait.**

Nous pouvons observer avec plaisir que les engagements et les réalités qui ont été initiés par le Collège Culinaire de France ces dix dernières années sont aujourd'hui repris par de nombreux acteurs.

Ce rôle d'avant-garde n'est pas tombé du ciel.

Il s'est construit, pas à pas, par l'engagement militant de ses membres. On ne vient pas au Collège Culinaire de France pour en tirer un avantage immédiat en termes de notoriété et de chiffre d'affaires. On y vient pour apporter sa contribution en valeur ajoutée humaine et relationnelle au collectif.

C'est là le seul moyen d'en retirer, dans la passion, une création de valeur durable, au bénéfice de tous.

Chacun, quelle que soit sa filière et sa spécialité, choisit son chemin singulier pour y parvenir en s'appuyant sur une ouverture, une écoute et l'expérience des autres. C'est la pratique d'une coopération active sur un grand nombre de sujets mis en avant et en actions par le Collège Culinaire de France.

**ARTISANS
MILITANTS
de la QUALITÉ**

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Optimisation de la singularité et de la force de l'identité du collectif, pour mieux traduire sa réalité
- ✓ Affirmation de la nature centrale du combat commun par-delà les spécificités des filières métiers
- ✓ Mise en valeur d'une bannière commune, à nulle autre pareille, qui affirme désormais son unicité dans la diversité

2
14

DÉFINITION ET PRATIQUES DU SAVOIR-ÊTRE

CHARTE DES PRATIQUES DU SAVOIR-ÊTRE RELATIONNEL D'EXCELLENCE DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE



Dans la démarche artisanale telle que définie par le Collège Culinaire de France, le savoir-faire d'excellence n'existe que s'il est conjugué avec le savoir-être d'excellence.

Le savoir-être correspond à la base des comportements relationnels adaptés pour passer de l'esprit de compétition destructrice à celui de coopération productive. Il repose notamment sur : l'empathie, la curiosité, la transparence, la responsabilité et l'engagement.

Le savoir-être est au cœur de la vision et de l'ADN du Collège Culinaire de France. Le Collège Culinaire de France s'est construit sur la mise en valeur de la relation.

Les 7 piliers de valeurs comportementales reconnus par les membres du CCF :

1 LA LIBERTÉ

Définition

La liberté, c'est avoir le choix de ses contraintes.

Incarnation comportementale

Mise en cohérence de ses pensées, de ses dires et de ses actions.

Pratique condamnable

Ne pas respecter les choix des autres.

2 LA RESPONSABILITÉ

Définition

La responsabilité, c'est ce qu'on assume par rapport à ses convictions.

Incarnation comportementale

Contribution concrète et mesurable à la vision, aux valeurs et aux pratiques que l'on partage.

Pratique condamnable

Reporter la responsabilité sur les autres et s'indigner ou revendiquer, au lieu de contribuer.

3 LA DIVERSITÉ

Définition

La diversité réside dans toute la richesse des chemins singuliers pour servir l'unité de la vision et des valeurs communes partagées.

Incarnation comportementale

Mise en commun de la multiplicité des chemins possibles.

Pratique condamnable

Le rejet des différences.

4 LA BIENVEILLANCE

Définition

La bienveillance part de l'individu. Au-delà du déclamatoire, c'est une pratique qui enrichit.

Incarnation comportementale

Comportements relationnels Positifs, Créatifs et Actifs (PCA).

Pratique condamnable

Les critiques négatives qui détruisent, disqualifient et condamnent.

5 LA TRANSPARENCE

Définition

C'est inciter à apprendre à se poser les bonnes questions : D'où parle-t-on ? Au nom de quoi ? Dans quel but ?

Incarnation comportementale

Partage de ses pratiques, ses recettes, ses producteurs, sans peur d'être copié.

Pratique condamnable

Ne pas vouloir partager ses pratiques, ses méthodes, ses relations.

6 LA TRANSVERSALITÉ

Définition

C'est la démarche de coopération. Elle s'oppose à l'esprit de compétition.

Incarnation comportementale

Par la compréhension et la pratique du métier de l'autre.

Pratique condamnable

L'esprit de rivalité et de dénigrement.

7 LA TRANSMISSION

Définition

C'est former, passer ses savoir-être au-delà des savoir-faire, c'est passionner et donner envie.

Incarnation comportementale

Par l'inscription du présent dans la durée en partageant des expériences vécues et en se projetant dans l'avenir.

Pratique condamnable

Se rétrécir en gardant pour soi, sans rien vouloir partager.

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Il n'y a pas de possibilité de changement si le changement ne se fonde pas d'abord sur l'adhésion à des comportements relationnels partagés
- ✓ La qualité telle que l'entend le Collège Culinaire de France repose d'abord sur la création de valeur relationnelle
- ✓ Créer un commun productif ne peut passer que par un accord préalable sur le respect de valeurs comportementales partagées
- ✓ Le Collège Culinaire de France est la seule organisation qui place la définition d'un savoir-être partagé comme condition préalable et conditionnelle à la création de valeur ajoutée commune

3
14

CAFÉ D'INTÉGRATION DIGITAL

ACCULTURATION AU PROJET ET À LA CULTURE DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

Chaque mois de nouveaux Artisans Militants de la Qualité 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 (1h de réunion sur Zoom).

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



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 connaît 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. 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

Cafés d'intégration organisés depuis juillet 2021	12
Nbre de membres ayant participé	197
Nbre de participants moyen à chaque session	16

4
14

OUVERTURE AUX NOUVEAUX TERRITOIRES ARTISANAI

VALORISER ET DÉFENDRE LA QUALITÉ, L'ARTISANAT ET LA DIVERSITÉ



Le Collège Culinaire de France poursuit sa démarche de mobilisation et de valorisation des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaire en ouvrant de nouveaux territoires artisanaux.

Pour ce faire, le Collège Culinaire de France engage au préalable un travail de fond sur ces nouveaux territoires artisanaux et sollicite des experts compétents pour qualifier les filières et déterminer des critères de sélection.

À ce jour, les filières suivantes ont été identifiées comme étant les prochaines à être reconnues par le Collège Culinaire de France :

- ✓ **Cavistes**
- ✓ **Épiceries fines**

- ✓ **Arts de la table**
- ✓ **Sourceurs connecteurs**

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Obtenir une reconnaissance de son métier et de sa démarche artisanale par le Collège Culinaire de France et des membres qui le compose
- ✓ Permettre de rencontrer et de coopérer avec des hommes et des femmes des métiers de l'artisanat culinaire qui partagent les mêmes valeurs
- ✓ Être fier d'appartenir à un collectif dynamique qui valorise la diversité et s'ouvre régulièrement à de nouveaux territoires artisanaux



Virginie MORVAN Lavinia

Paris, Ile-de-France
Caviste - « Producteur Artisan de Qualité » depuis 2022

« Le caviste est un trait d'union entre le vigneron et le client. Il retranscrit la parole du vigneron aux clients, c'est un passeur d'histoires. Être caviste de qualité c'est croire en quelqu'un (un vigneron) et être convaincu de son travail, de son histoire. Il faut être fidèle à ses convictions et aux vigneron auxquels on croit. Raconter l'histoire du vigneron est souvent plus pertinent que raconter la composition du vin, on crée un lien sur une histoire humaine. »

Caroline BONENFANT Créations Céramiques

La Garde-Adhémar, Rhône-Alpes
Céramiste - « Producteur Artisan de Qualité » depuis 2016

« J'ai la chance de pouvoir travailler pour des restaurants haut de gamme. Avec des chefs tels que Christophe Bacquié ou Arnaud Donckele, on parle le même langage. Ils sont très exigeants, et moi aussi. On se comprend immédiatement quand on parle de cuisson ou encore de matière. En fait, la cuisine et la poterie sont liées. Ce sont des métiers artisanaux liés à la bouche. »

Chrystelle LECOMpte Olives & Beurre salé

Sanary-sur-Mer, PACA
Épicière - « Producteur Artisan de Qualité » depuis 2022

« Un épicier de qualité se différencie par la connaissance et la reconnaissance d'un producteur. Pour chaque produit que l'on expose dans notre boutique, on connaît les producteurs. Nous entretenons une relation de confiance avec eux et la majorité sont membres du Collège Culinaire de France. Nous prenons le temps de raconter leur histoire et leur façon de travailler afin de conseiller au mieux nos clients dans leurs choix. »

5
14

LE VESTIAIRE DU COLLEGE CULINAIRE DE FRANCE

RENFORCER LE SENTIMENT D'APPARTENANCE AU COLLECTIF

Depuis quelques années, le Collège Culinaire de France propose à ses membres des bleus de travail brodés pour chaque événement, afin de valoriser leur appartenance au collectif.

Suite à de nombreuses demandes, le Collège Culinaire de France a décidé d'investir également les cuisines de ses membres en donnant accès à deux modèles de vestes de cuisine brodées.

Pour permettre à toute personne de l'écosystème du collectif, se sentant proche de ses valeurs, le Collège Culinaire de France a également lancé des t-shirts à messages enga-

gés. Le 1^{er} de la collection a été lancé lors de l'événement Omnivore Nord; depuis il est aussi porté par les équipes lors des différents événements.

La création de ce vestiaire permet par ailleurs la création de revenus complémentaires aux cotisations de ses membres, qui jusque-là, sont la seule source de financement du Collège Culinaire de France, assurant sa totale indépendance.

Cette nouvelle ressource permettra le financement de nouveaux projets.

Pour commander l'un des produits disponibles, RDV sur l'Espace Membre.



Morgane LE-RAT Quentin PREVOTEAU Coupable Tartinable

La Havre, Normandie
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2019

« La forme et le style de la veste bleue de travail du Collège Culinaire de France est à mi-chemin entre la veste de cuisinier et le vêtement de l'artisan. Le bleu intense et le logo brodé nous permettent de nous identifier rapidement entre membres du Collège Culinaire de France. Cette veste nous procure également un véritable sentiment d'appartenance à cette belle famille ! ».

Indicateurs clés

À partir de septembre 2022, seront accessibles en ligne ou sur les événements :

- ✓ Le bleu de travail brodé
- ✓ Deux modèles de veste de cuisine
- ✓ La collection de T-shirts Collège Culinaire de France

CANDIDATURES, CONTRÔLES ET RÉSILIATIONS

L'EXIGENCE DU COLLECTIF AU SERVICE DE LA QUALITÉ ET DE L'ARTISANAT

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

Le nombre croissant de recommandations reçues de la part du réseau (membres et référents) a permis d'améliorer le nombre de candidatures de qualité cette année et de ce fait d'accroître le nombre de Producteurs Artisans et Restaurateurs de qualité, ce qui est très encourageant pour l'avenir du collectif.

Néanmoins, si certains sont parvenus à tenir bon, d'autres n'ont pas réussi à traverser l'épreuve vécue par tous depuis ces 2 dernières années les obligeant à quitter le Collège Culinaire de France (le principal motif de résiliation avec plus de 60%).



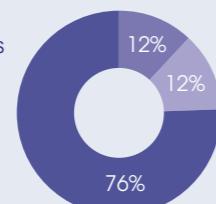
Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France:

- Renforcer le collectif avec de nouveaux membres de qualité pour mieux défendre l'artisanat culinaire face à l'industrialisation et la standardisation de l'alimentation, de la restauration et de la production
- Dynamiser son territoire et participer au développement du Collège Culinaire de France en continuant de transmettre des recommandations de qualité
- Se reconnaître dans les valeurs des autres membres du collectif grâce au maintien du niveau d'exigence dans la sélection et le contrôle

Indicateurs clés
du 1^{er} juillet 2021
au 30 juin 2022

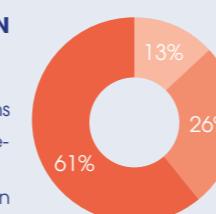
CANDIDATURES
sur 475 présentées

- Acceptées
- Refusées
- En cours de qualification



MOTIFS DE RÉSILIATION
sur 211 résiliations

- Fermeture / Liquidations
- Plus intéressé / Changement de gérance
- Non respect / Résiliation



CONTROLES
au 30 juin 2022

Sur l'année 2022	Réintégrés	Maintenus en contrôle	Exclus
24 Restaurants de Qualité contrôlés	4	19	1
21 Producteurs Artisans de Qualité contrôlés	4	16	1
Nbre total de membres ayant eu un contrôle approfondi: 45	8	35	2

AXE 2 UN NOUVEAU SYSTÈME ÉCONOMIQUE: L'ÉCONOMIE RELATIONNELLE

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

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 à renforcer son identité singulière. La puissance et le développement du CCF se construisent dans la durée à travers les expériences vécues de Haute Valeur Relationnelle de ses membres.

Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2022:

- ✓ Mutualiser les bonnes pratiques expérimentées par les Artisans Militants de la Qualité
- ✓ Faire émerger les principes d'un 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 2022:

- ✓ Création du cahier des charges d'un outil de partage collaboratif de solutions / d'initiatives entre membres sur l'espace membre qui sera développé en 2023
- ✓ Définition des actions à mener à court, moyen et long terme concernant les problématiques de recrutement



RECRUTEMENT

ASSURER LA PERENNITE DE NOTRE SECTEUR D'ACTIVITE



Depuis sa création, le Collège Culinaire de France s'engage à promouvoir une nouvelle culture métier de l'artisanat culinaire en se fondant sur la chaîne de la qualité et la relation entre tous ses acteurs. Véritable catalyseur d'expériences relationnelles, toutes les bonnes pratiques sont mises en commun avec l'ensemble des membres.

Le collectif n'hésite pas à multiplier ses interventions, lors d'événements externes ou internes, sur le recrutement, en mettant l'accent sur la nécessité de redonner envie d'avoir envie de s'investir dans ces métiers tout en parvenant à valoriser chaque projet artisanal.

Avec le soutien des écoles professionnelles, le Collège Culinaire de France relie également élèves et artisans, une relation déterminante pour leur apprentissage et l'exercice futur de leur métier.

Enfin, l'association se rapproche des pouvoirs publics sur deux dossiers : le Parcours d'Excellence Culinaire avec le Ministère des Affaires Etrangères et le Ministère de l'intérieur, et le projet PAQTE (Pacte Avec les Quartiers pour Toutes les Entreprises) amorcé avec la préfecture de Seine-et-Marne

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Promouvoir une nouvelle culture métier fondée sur la relation
- ✓ Contribuer à la pérennité et à l'attractivité de notre secteur d'activité

Julien FOUIN
Boulangerie Dupain,
Jaja, Cocotte, Grandcoeur



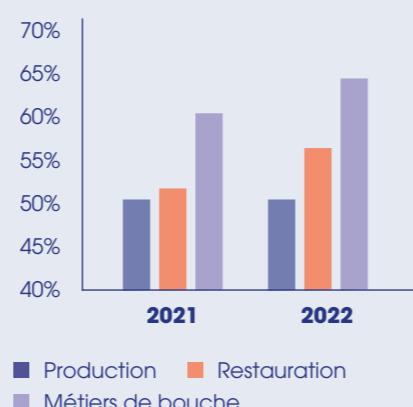
Paris, Ile-de-France
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2016
« Restaurant de Qualité » depuis 2018

« Il faut déjà commencer par valoriser nos métiers, par dire que ce sont de beaux métiers et transmettre notre passion. [...] Je ne pense pas que ce soit juste une question de salaire et de temps de travail, c'est vraiment une question de passion. Il faut respecter le personnel, et leur promettre un projet d'entreprise. Aujourd'hui, je crois que l'on manque beaucoup de ça, alors que c'est un métier où il y a un ascenseur social énorme. [...] Impliquer ses salariés dans son projet d'entreprise, c'est déjà énorme. Je pense que cela passe beaucoup par la transmission d'un savoir, par la place que l'on donne à la personne dans la société, et il y a un mot qui me vient tout de suite à l'esprit : c'est la bienveillance. »



Indicateurs clés

Selon le baromètre du Collège Culinaire de France, les métiers de bouche, de la restauration, de la production n'intéressent pas moins. En 2022, de plus en plus de parents souhaiteraient que leurs enfants s'investissent dans ces métiers.



AXE 3 UN NOUVEAU CONTRAT SOCIAL DES TERRITOIRES ET DES HOMMES

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

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 là où le Collège Culinaire de France est déjà présent et 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 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 Artisans Militants de la 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 relationnelle existante dans les régions. Elle est la source d'un développement solide et puissant du collectif.

Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2022 :

- ✓ 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 2022 :

- ✓ Multiplication d'événements sur les territoires (l'objectif de créer un événement minimum par région a été atteint). 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
- ✓ Déploiement de projets et de contacts avec l'écosystème global pour renforcer la proximité locale du Collège Culinaire de France et affirmer son assise régionale
- ✓ Notamment partenariat avec les offices du Tourisme comme pour le Paris Local en 2022 ou avec les CCI régionales dans le cadre de l'année de la gastronomie
- ✓ Création d'une structure permettant au niveau international, le développement opérationnel de la vision initiée par le Collège Culinaire de France
- ✓ Accompagnement et soutien stratégique de l'ouverture du Collège Culinaire du Japon

8 14 DES ÉVÈNEMENTS À TRAVERS TOUTE LA FRANCE

UNE DYNAMIQUE TERRITORIALE PORTÉE PAR DES ARTISANS
MILITANTS DE LA QUALITÉ

Au cours des 10 dernières années, le Collège Culinaire de France a mené de nombreuses opérations visant à réunir ses membres mais aussi à les 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.

En 2022, ce sont près de 80 événements qui se sont organisés.



Sophie Lacharlotte Les Vergers de la Silve

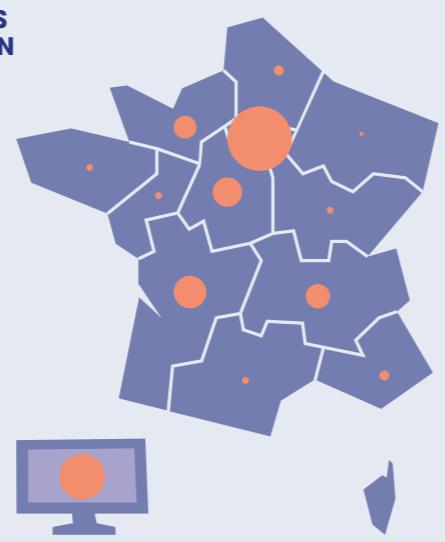
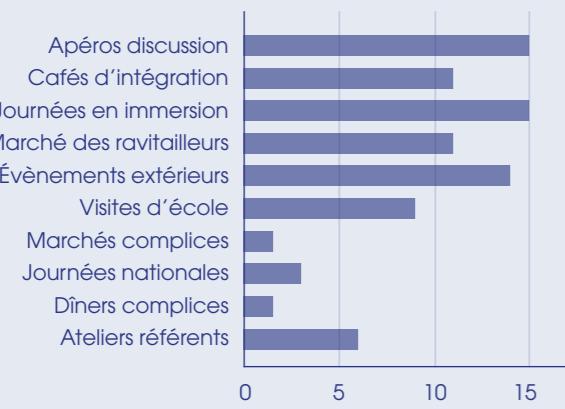
Ecouflant, Pays de la Loire
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2016



« Si on fait partie d'une association, il faut s'impliquer à minima en participant à des événements. Sur un territoire, il faut qu'on arrive à se rencontrer et on en n'a pas l'occasion sauf si on les crée. Les événements sont des éléments déclencheurs qui vont nous permettre de nous rencontrer, de goûter nos produits, d'échanger entre professionnels et après, tout est plus facile pour avancer ensemble sur d'autres projets ! »

Indicateurs clés du 1^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022

RÉPARTITION DES ÉVÈNEMENTS PAR TYPOLOGIE & PAR RÉGION



9 14 LA GRANDE RENCONTRE ANNUELLE 2022

LIEU D'INCARNATION DE LA HAUTE VALEUR RELATIONNELLE

Au fil des années, cette manifestation est devenue un rendez-vous incontournable et privilégié pour tous les Artisans Militants de la Qualité membres du collectif. La Grande Rencontre Annuelle du Collège Culinaire de France est devenue le symbole du plus grand réseau de l'artisanat et de la diversité culinaire en France.

Elle a aussi pris une place singulière et unique dans la gastronomie, la restauration et la production.

En 2022, le format du Marché Complice évolue et vient rendre compte de l'incarnation de la Haute Valeur Relationnelle dans les territoires. Environ 13 pôles mettent en scène des artisans militants engagés et incarnent en réel la dynamique de l'artisanat culinaire de qualité dans chacun des territoires représentés.

De nouveaux débats permettent de discuter, en toute indépendance politique, corporatiste ou financière, de façon transparente et pédagogique, des grandes problématiques et enjeux sociétaux liés aux métiers de l'artisanat. En 2022, c'est du recrutement dont il est question.

Et nous pouvons tous constater que le développement de sa notoriété et de son attractivité s'est diffusé rapidement et durablement grâce au plus puissant vecteur de communication aujourd'hui : le bouche-à-oreille (BAO) sans pratiquement aucune autre communication.



Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Lieu de rencontres, d'échanges, d'informations et d'apprentissage inédit
- ✓ Véritable espace de valorisation et d'incarnation de leur territoire
- ✓ Occasion de vivre un moment convivial et informel avec ses équipes
- ✓ Récupérer des solutions innovantes et opérationnelles en fonction des grands enjeux

Oxana CRETOU Le Cromagnon

Bordeaux, Nouvelle-Aquitaine
« Restaurant de Qualité » depuis 2018



« En 2019, j'ai décidé de venir avec toute mon équipe et de participer activement à la Grande Rencontre Annuelle. L'année dernière j'ai eu l'occasion de réitérer l'expérience et c'était formidable ! Ça fait 2 fois qu'on fait une collab avec Paul de Ch'ti Ground ; nos échanges en binôme sont très enrichissants, on reste en contact toute l'année et c'est même devenu un ami ! Il y a aussi de beaux échanges avec les producteurs, ce qui nous permet d'essayer de nouvelles recettes et de vivre de nouvelles expériences. »

Indicateurs clés

- ✓ 850 participants
- ✓ 100 exposants (membres du Collège Culinaire de France & résidents à Ground Control)
- ✓ 3 ateliers discussions

« Pour moi la Grande Rencontre Annuelle, c'est une journée par an où je sors la tête du guidon, et je m'accorde le temps de rencontrer d'autres artisans. Mes voisines à Bordeaux font du Kombucha et j'ai dû monter à Paris pour faire leur connaissance, c'est vraiment un lieu qui me permet d'explorer et de découvrir des producteurs pour ma carte. »

LES ATELIERS RÉFÉRENTS

REPRÉCISER LE RÔLE DES RÉFÉRENTS ET L'IMPORTANCE DE LEUR IMPLICATION DANS LE DÉPLOIEMENT D'UNE DYNAMIQUE TERRITORIALE



Les référents sont les relais en région des valeurs et des messages du Collège Culinaire de France.

Qu'ils soient chefs, responsables de salle, producteurs, artisans ou bien retraités, leur implication est primordiale pour accompagner les initiatives et les actions locales initiées par les membres du Collège Culinaire de France, et participer au rayonnement du collectif sur l'ensemble du territoire.

Car au-delà d'un simple statut, chaque référent a un rôle et une mission au sein du collectif. C'est pour cette raison que le Collège Culinaire de France a initié en 2021 des réunions d'information et des ateliers de travail afin de repréciser leur rôle, les enjeux de cette fonction et co-construire l'avenir du Collège Culinaire de France.

Grégory COUTANCEAU

Référent région
Poitou-Charentes
Les Flots



La Rochelle, Nouvelle-Aquitaine
« 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. 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. »

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Bénéficier d'un appui des référents de sa région pour rencontrer d'autres membres et développer un tissu relationnel local fort
- ✓ Dynamiser son territoire en s'appuyant sur les référents de sa région afin de mettre en place des initiatives locales (réunions d'échanges, événements, communication avec les médias...)
- ✓ S'appuyer sur un porte-parole pour relayer et défendre les attentes et besoins auprès du bureau opérationnel et du comité de pilotage

Indicateurs clés

- ✓ **179** Nombre total de référents
- ✓ **13** Nombre de réunions et ateliers
- ✓ **69** Référents ayant participé

GLOCAL CULINARY COLLEGE

DÉVELOPPER UNE APPROCHE PLANÉTAIRE DE L'ARTISANAT ET DE LA DIVERSITÉ CULINAIRE

La vision de l'artisanat et de la diversité culinaire, ainsi que les principes mis en place par le Collège Culinaire de France s'imposent sur tout le territoire national et commencent à faire écho dans d'autres pays.

L'approche planétaire de l'artisanat et de la diversité culinaire va permettre, à terme, d'ouvrir les synergies entre les entités des autres pays qui souhaitent porter les mêmes valeurs et pratiques.

La philosophie et l'expérience réussie du Collège Culinaire de France ont été confortées depuis dix ans à travers le développement de plusieurs initiatives générées ou soutenues par de plus en plus de membres engagés au sein de notre collectif.

Plusieurs hommes et femmes de métier ont approché le Collège Culinaire de France ces derniers mois en souhaitant développer le même modèle que celui du Collège Culinaire de France dans leur propre pays.



Christian REGOUBY
Délégué Général du CCF
Directeur général du Glocal Culinary College :

« L'approche « glocale » s'inscrit en courant inverse de la mondialisation. Elle ambitionne de s'appuyer sur la singularité des territoires et des cultures de l'artisanat et de la diversité culinaire dans le monde, pour développer une nouvelle planérisation de l'artisanat et de la diversité culinaire en alternative à l'industrialisation et à la standardisation alimentaire mondiale. »



Le Japon est le premier pays qui a sollicité le Collège Culinaire de France il y a 18 mois pour le conseiller et l'accompagner dans la création d'un Collège Culinaire du Japon

Le Collège Culinaire de France a répondu favorablement à l'initiative du Japon, en créant une structure de pilotage spécifique le Glocal Culinary College afin de s'assurer que la philosophie, les valeurs et les pratiques soient respectées. Cette structure offrira également un soutien opérationnel sur certains points spécifiques comme la conception de la plateforme numérique dont les fonctionnalités sont à la pointe de l'évolution stratégique et technologique.

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Chaque pays et chaque entité nationale contribuera au développement et à l'influence de ce concept
- ✓ Chaque pays fera bénéficier les autres pays de d'expériences culturelles et de synergies opérationnelles singulières

Glocal Culinary College

Le Glocal Culinary College a vocation à répondre aux souhaits d'autres pays de s'engager dans cette même démarche. Sa direction et sa structure seront garanties par quatre parties prenantes qui sont à l'initiative, depuis plus de 10 ans, de la maîtrise et du pilotage de ce nouveau modèle : Célia Tunc, Christian Regouby, Kevin Dumoux et le Collège Culinaire de France représenté par ses deux coprésidents Alain Ducasse et Alain Dutournier.

Chaque pays et chaque entité nationale contribuera au développement et à l'influence de ce concept. Chaque pays fera bénéficier les autres pays d'expériences culturelles et de synergies opérationnelles singulières.

Le Glocal Culinary College est conçu pour devenir entreprise à mission, ce qui veut dire que tous ses bénéfices seront systématiquement réinvestis dans le développement et la notoriété du modèle.

Indicateurs clés

L'association japonaise
« Le Collège Culinaire du Japon » s'est officiellement lancée **le 27 mai 2022**, soutenue par **13 figures emblématiques** de la gastronomie japonaise.

<https://ccjapon.jp/fr>

AXE 4 UNE RÉPUTATION ET UNE INFLUENCE RÉFÉRENTES

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

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. Et l'un des vecteurs les plus puissants est le bouche-à-oreille; en témoignent les 80% de nouvelles candidatures qui en émanent. Les artisans militants membres étant les premiers relais du collectif, le bouche-à-oreille fera partie des priorités d'actions 2023 (plus d'informations p.47).



Objectifs opérationnels fixés pour l'année 2022:

- ✓ Mettre en place une stratégie d'influence auprès de leaders d'opinion des univers métiers, 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
- ✓ Permettre aux Écoles professionnelles de figurer parmi les membres du Collège Culinaire de France

Actions opérationnelles menées en 2022:

- ✓ Poursuite de l'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
- ✓ Déploiement de newsletters à destination des différents publics visant à sensibiliser 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 privilégiées avec la presse régionale
- ✓ Renouvellement du baromètre pour suivre au plus près l'évolution de la relation des citoyens-clients au restaurant, et son écosystème
- ✓ Mise en place d'un protocole d'intégration des écoles parmi les membres du Collège Culinaire de France



12
14

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DU BAROMÈTRE 2022

INTERPELLEZ LE GRAND PUBLIC SUR SES HABITUDES DE CONSOMMATION

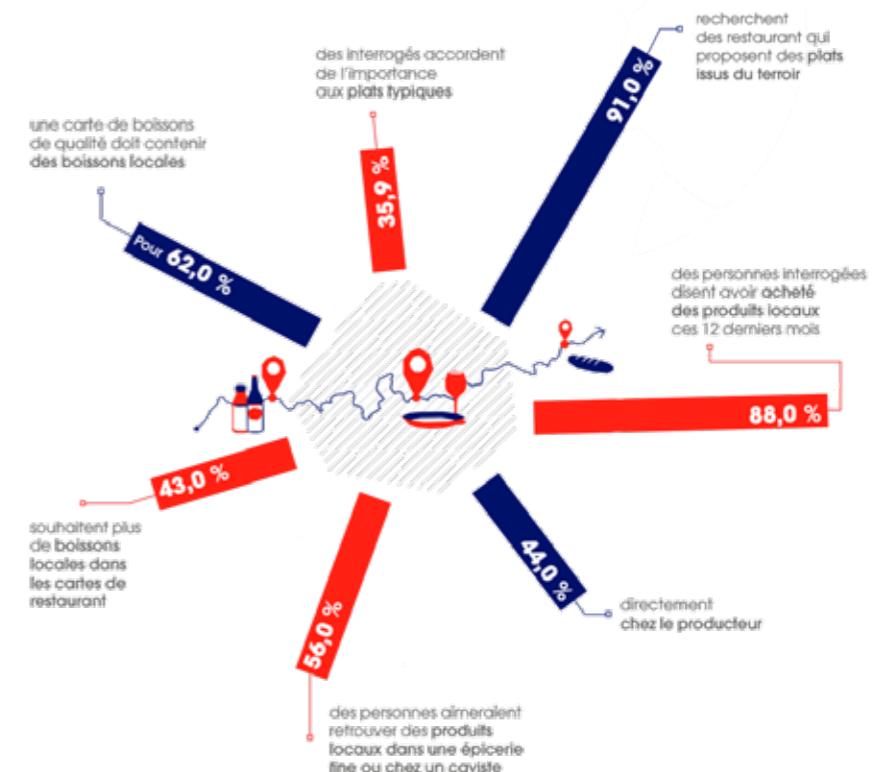
Pour suivre au plus près l'évolution de la relation des clients au restaurant et à son écosystème, le Collège Culinaire de France a lancé un baromètre. Chaque année, ce sondage permet d'interroger le grand public sur ses habitudes de consommation pour le convaincre que l'artisanat est l'alternative durable à l'industrialisation et à la standardisation de l'alimentation.

En 2022, les résultats illustrent bien que les années à venir seront celles des territoires. Cette tendance qui était déjà significative avant la crise sanitaire est en train de s'accélérer avec ce besoin de s'ancrer dans la proximité de ce qui nous entoure.

Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Disposer de chiffres actuels pour évaluer l'intérêt des Français pour l'artisanat culinaire
- ✓ Pouvoir adapter son activité en fonction des tendances qui se dessinent dans les résultats
- ✓ Utiliser une ressource d'informations qualifiées pour enrichir les échanges avec des publics avertis

L'ancrage territorial d'un restaurant est un critère qui interpelle de plus en plus les consommateurs, tout comme la valorisation du terroir, comme en attestent de nombreux résultats de ce sondage :



Charles-Edouard DUBAIL Happy Plantes

Volvic, Auvergne
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2017



« S'intéresser à l'avis du grand public est primordial [...] Sans connaître les avis et retours du grand public, on ne peut pas adapter la cuisine de demain. De même que les avis et retours des producteurs sont incontournables pour que la cuisine sans cesse, puisse valoriser leur travail et sublimer leur savoir-faire ! »

Indicateurs clés



13 INTÉGRATION DES ÉCOLES PROFESSIONNELLES AU COLLECTIF

14 RENFORCER LA CHAÎNE HUMAINE DE LA QUALITÉ



Dans la chaîne humaine des métiers de l'artisanat culinaire, les écoles professionnelles sont un maillon essentiel 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 va plus loin en intégrant les écoles professionnelles au collectif sur les mêmes bases de valeurs et comportements qui fondent sa démarche.

Cette intégration des écoles a pour objectif 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, dans le but 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.

Après une année de candidature, basée sur le déploiement d'un plan d'actions propre à chaque école, les premières écoles professionnelles intégreront officiellement le Collège Culinaire de France au 1^{er} septembre 2022.

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 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
- ✓ Résoudre en partie les problématiques de recrutement et de management



Eric BIFFARD

Chef fondateur du CCF

Le Cordon Bleu

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

8 écoles vont intégrer le collectif au 1er septembre 2022 :

- ✓ Cordon Bleu Paris - Paris - Ile-de-France
- ✓ Ducasse Education - Meudon - Ile-de-France
- ✓ FERRANDI Paris - Paris - Ile-de-France
- ✓ Lycée des Métiers de l'Hôtellerie et du Tourisme du Val De Loire - Blois - Centre-Val de Loire
- ✓ Lycée des Métiers de l'Hôtellerie et du Tourisme d'Occitanie de Toulouse - Toulouse - Occitanie
- ✓ Lycée Hôtelier de Dinard Yvon Bourges - Dinard - Bretagne
- ✓ Lycée Hôtelier Leonard De Vinci - Trith Saint Leger - Hauts-de-France
- ✓ Lycée Notre Dame La Riche - Tours - Centre-Val de Loire

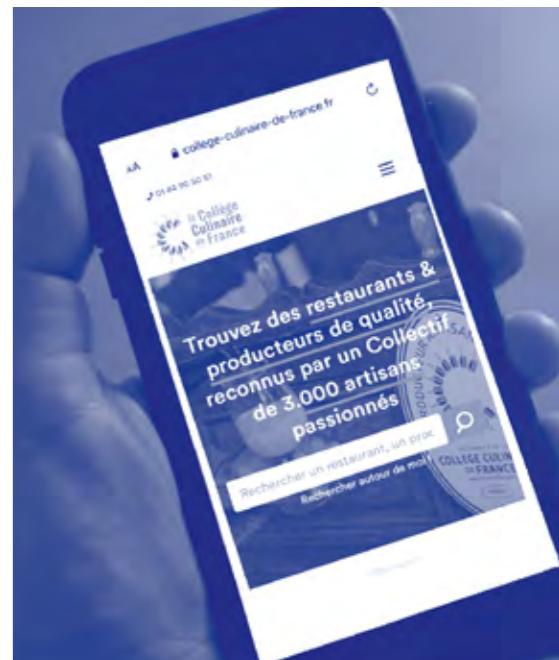
AXE 5 UN DIGITAL INNOVANT À HAUTE VALEUR RELATIONNELLE

Pour déployer l'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 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 2022 :

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



Actions opérationnelles menées en 2022 :

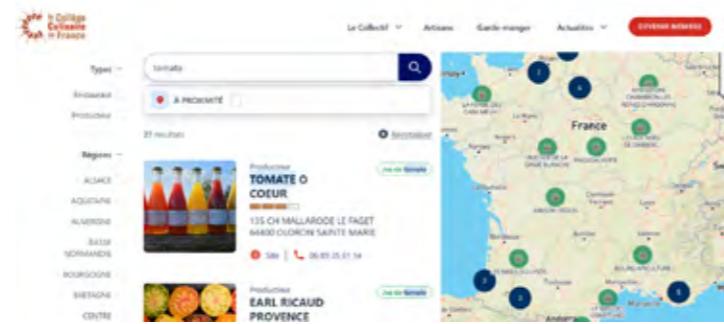
- ✓ Refonte du site internet à la lumière des expériences utilisateurs vécues, conjuguées avec l'analyse mondiale des sites les plus performants
- ✓ Optimisation de l'utilisation des data et des outils d'inbound marketing pour faire passer les messages singuliers du Collège Culinaire de France à des profils différents
- ✓ Déploiement de nouvelles fonctionnalités exclusives au sein de l'espace membre afin de répondre au plus près à certaines des 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



UN SITE INTERNET TOUJOURS PLUS INNOVANT DOTÉ D'UN MOTEUR DE RECHERCHE UNIQUE

Soutenu par notre expert en Stratégie Digitale, Kévin Dumoux, le Collège Culinaire de France a élaboré cette année un nouveau site internet, plus ergonomique et fonctionnel, permettant une meilleure transmission des valeurs et des messages portés par le collectif, de ses dernières actualités et des événements. Il place le Collège Culinaire de France à la pointe des évolutions technologiques pour permettre de potentialiser notre culture de Haute Valeur Relationnelle (HVR) au service de tous ses membres.

Toujours plus innovant, ce nouveau site internet est doté d'un moteur de recherche unique en son genre à destination du grand public. Il permet aux utilisateurs de trouver tous les membres du collectif, que cela soit en recherchant par ville, par région ou en se géolocalisant, mais également en recherchant par métier ou produit grâce au travail de qualification de chaque artisan effectué par l'équipe opérationnelle. L'extraordinaire performance de ce nouvel outil, au service du projet du Collège Culinaire de France, pourra être utilement exploité dans le déploiement du leadership du collectif sur chaque territoire.



Valeurs ajoutées pour les membres du Collège Culinaire de France :

- ✓ Renforcer la visibilité et lisibilité du Collège Culinaire de France
- ✓ Promouvoir les membres du collectif et les valeurs qu'ils portent
- ✓ Disposer d'un outil performant et valorisant à promouvoir à leurs communautés

Indicateurs clés

- ✓ **Plus de 360 000** pages vues
- ✓ **Près de 300 000** visiteurs uniques



Kévin DUMOUX

Expert en Stratégie Digitale :

« Le Collège Culinaire de France est un collectif dynamique qui a su se développer méthodiquement et à un rythme soutenu depuis sa création.

Afin d'accompagner cette montée en puissance, le challenge réside dans la capacité de se transformer et d'innover aux bons moments. L'un des facteurs clés de succès consiste à garder un alignement constant entre la stratégie et l'opérationnel tout en conservant l'intérêt de ses membres.

La volonté d'incarner au mieux l'artisanat culinaire dans toute sa diversité nous a conduit à construire ce que nous pensons être le « meilleur moteur de recherche du marché ».

Meilleur d'abord pour les artisans afin qu'ils puissent trouver et se connecter le plus efficacement possible entre eux. Chaque membre étant unique, dans son approche, son métier et sa pratique, la manière de chercher l'information varie. Ce n'est donc pas à l'artisan de se soumettre aux standards du moteur de recherche mais à l'outil de s'adapter.

Meilleur ensuite pour le client final, celui qui fait vivre nos artisans in fine, et qui, en plus des besoins classiques de rechercher par nom d'établissement, par ville ou autour de lui... a ce besoin constant de découvrir des artisans dont la qualité est reconnue. C'est précisément le rôle du Collège Culinaire de France d'incarner ce tiers de confiance auprès des consommateurs engagés en quête de sens.

Ce sont ces défis auxquels nous souhaitons répondre avec ce moteur de recherche unique qui évoluera au fil des besoins et des prochaines étapes de développement du Collège Culinaire de France. »

Bilan financier 2021 & 1^{er} septembre 2022

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 financement du Collège Culinaire de France provient de la participation 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, une contribution complémentaire fixe de 30€ HT/annuel par entreprise membre dévolue à l'organisation de la Grande Rencontre Annuelle, que celle-ci soit présente ou digitale. Depuis sa création en 2013, cette manifestation annuelle est devenue une référence dans l'univers de la gastronomie et de l'artisanat culinaire. Là encore malgré les sollicitations permanentes, le Collège Culinaire de France n'accepte aucun sponsoring ou partenariat de marque afin de toujours préserver la totale liberté de ses messages, de ses prises de position et de ses engagements face à l'industrialisation et à la standardisation alimentaire.

Les chefs fondateurs du Collège Culinaire de France doivent s'acquitter d'une cotisation complémentaire, en plus de celle versée par chacun de leur établissement. Cette contribution d'engagement complémentaire s'élève à 1 000€ TTC chaque année.

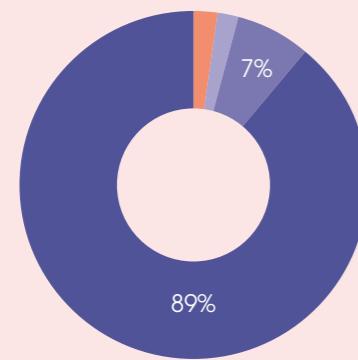
Le budget du Collège Culinaire de France est validé par le Conseil d'Administration. Il est géré et optimisé quotidiennement par la secrétaire générale et l'expert-comptable qui accompagne le Collège Culinaire de France depuis sa création. Une société de conseil SMASH remplit également depuis 2020 la fonction de Direction Administrative et Financière de façon externalisée et assure en même temps un contrôle extérieur pour garantir la totale conformité des règles légales.

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

Ressources du Collège Culinaire de France

2021 et 1^{er} Semestre 2022

ANALYSE DES COTISATIONS À FIN JUIN 2022 (RÉEL)



ÉCHÉANCIER DES PRÉLEVEMENTS POUR L'ANNÉE 2021

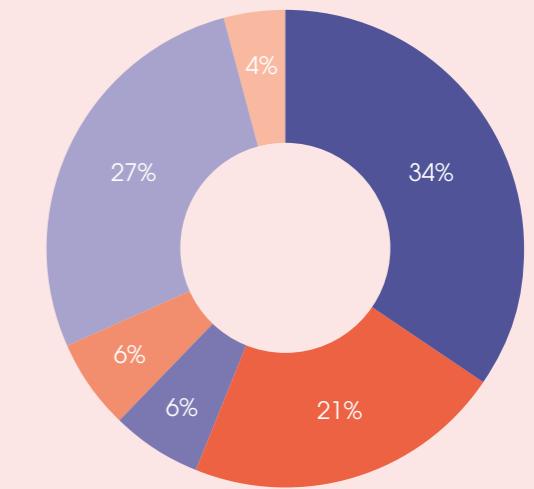
Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
30€ HT	30€ HT	30€ HT	30€ HT	30€ HT	30€ HT
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
30€ HT	30€ HT	30€ HT	60€ HT ⁽¹⁾	30€ HT	30€ HT

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

Analyse des centres de coûts

2021 et au 30 Juin 2022

- **SALAIRES:** Salaires des équipes opérationnelles CCF en interne
- **EXTERNES:** Coûts humains externalisés
- **FONCTIONNEMENT:** Frais de fonctionnement incluant majoritairement loyer, informatique, fournitures et frais bancaires
- **PRESTATAIRES:** Honoraires aux prestataires principalement digitaux, communication, comptables et juridiques
- **COMMUNICATION INTERNE:** Frais de communication interne incluant les principaux événements entre membres du CCF dont la Grande Rencontre Annuelle
- **COMMUNICATION EXTERNE:** Frais de communication externe incluant les événements BtoC dont les Marchés Complices et les outils de visibilité dont la production des plaques émaillées et millésimes



Les deux piliers qui conditionnent les ressources et l'utilisation permettant le fonctionnement du Collège Culinaire de France sont :

L'Indépendance:

- ↗ Signifie s'assurer de ne faire dépendre la pérennité de la vision, et le fonctionnement du Collège Culinaire de France que de ressources dont le Collège Culinaire de France maîtrise totalement l'utilisation et la finalité.
- ↗ Signifie se garantir en permanence de la totale autonomie du pilotage du Collège Culinaire de France, de son fonctionnement, et du positionnement des projets au service de la vision du collectif, de son ambition et ses valeurs.
- ↗ Signifie développer les projets du Collège Culinaire de France en toute liberté, en n'acceptant aucune concession d'un partenaire extérieur.

La Transparence:

La direction opérationnelle du Collège Culinaire de France s'applique à elle-même la philosophie et les règles de transparence demandées à chacun des membres sur l'origine et ses méthodes de production.

Les chiffres complets, détaillés et expliqués des ressources et des affectations budgétaires sont disponibles à tout membre du Collège Culinaire de France qui souhaite s'y intéresser. Les demandes sont à adresser à alexis@college-culinaire-de-france.fr qui organisera une ou deux sessions de présentation, d'explication et d'échanges sur ces chiffres.

Spécificités des exercices

2021/2022

Pour rappel, suite à la décision d'annuler la cotisation du mois d'avril 2020, le Collège Culinaire de France a contracté une demande de PGE qui a été approuvée en août 2020. C'est la première fois depuis sa création que l'association sollicite un emprunt bancaire.

Le chiffre à retenir pour 2021 est un résultat d'exploitation net qui s'élève à 10 257,00 € (somme mise en réserve sur l'année suivante).

Ce léger surplus d'exploitation est un indicateur qui permet de valider la bonne gestion des ressources du Collège Culinaire de France. Cela incite cependant à la plus grande prudence, compte tenu du succès rencontré par la multiplication des événements sur l'ensemble des territoires fin 2021 et plus encore durant l'année 2022.

Le renforcement très rigoureux du système de sélection des candidatures et du contrôle permanent de la qualité des membres, devrait permettre d'augmenter sensiblement le nombre de membres, en maintenant le niveau de qualité et d'exigence qui fait la réputation en bouche-à-oreille du Collège Culinaire de France.

Mais au vu du résultat d'exploitation et des ambitions, le Collège Culinaire de France engage dès 2022/2023 une réflexion de diversification de ressources sans altération de son indépendance ni augmentation de la cotisation de 1€/jour inchangée depuis la création du collectif.

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.

Analyse de la situation

Pour la fin de l'année 2022

DOSSIER SPÉCIAL TERRITORIALISATION

PRÉALABLES

Le Collège Culinaire de France apporte **une nouvelle définition** du mot Territoire :

Pour le Collège Culinaire de France, le territoire est d'abord celui que l'on se crée.

Il se définit comme une zone d'influence et d'actions pour développer les valeurs et pratiques de l'artisanat et de la diversité culinaire.

Chacun détient sa propre boussole pour construire et élargir son propre territoire.

La géographie et l'histoire sont les sources qui ancrent l'avenir de l'artisanat et de la diversité dans les territoires. On ne peut continuer d'aborder le territoire en le pensant à l'intérieur de ses limites administratives. C'est une vision statique et archaïque alors que nos vies sont aujourd'hui mobiles et dynamiques.

Le territoire doit se définir aujourd'hui par le périmètre des relations humaines qui s'y nouent et s'y relient, à partir de qui, et de quoi elles dépendent.

C'est le premier lieu du vivre ensemble.

Cela part d'une autre conception de la nature : « nous ne sommes pas dans la nature, c'est la nature qui est en nous ».

Nous ne sommes plus seulement interdépendants, mais nous sommes devenus en réalité « transdépendants » avec ce qui nous entoure et qui nous constitue.



CONTEXTE ACTUEL

Depuis cinquante ans se sont multipliées les annonces de décentralisation, traduites par des lois comme celle de 1982 ou par des réformes, comme celle de 2015 qui a ramené de 22 à 13 le nombre des régions. Le plus souvent décidées d'en haut, sans concertation avec les acteurs locaux.

Cela a conduit à mettre en place un véritable mille-feuille administratif.

La volonté initiale était de permettre d'assurer un accès et un lien de proximité aux services publics pour tous les citoyens. Or, ces services se sont progressivement déplacés jusqu'à disparaître, accentuant la désertification du cœur des villes au profit des centres commerciaux excentrés. La volonté était également d'impulser une concertation qui voulait expérimenter des formes de démocratie participative. Cela n'a jusqu'à présent pas réellement marché, l'initiative venant toujours d'en haut.

A cela, s'est ajoutée une évolution des technologies qui a numérisé le rapport au réel.

Les connexions virtuelles, pour utiles qu'elles soient, déconnectent des relations réelles.

Et nos sociétés mondialisées ont disqualifié la proximité.

Et puis, un renversement inimaginable s'est produit. L'électrochoc de la Covid a provoqué un retour brutal du besoin de proximité, souvent même jusqu'à l'excès du repli. Partout le global s'est mis au service du local.

Et ce renversement de fond s'annonce durable. Il s'agit de construire du commun et d'assurer le lien social.

Toutefois, les essais de démocraties participatives, on l'a vu, ne suffisent pas.

Le besoin de proximité, quel que soit le lieu où l'on vit, est devenu essentiel de façon implicite mais de plus en plus explicite. Il s'agit de trouver très vite des solutions en urgence en fonction des spécificités locales. Et il devient de plus en plus évident que ces solutions, sur mesure, ne pourront être générées que par ceux et celles qui ont l'expérience de vie sur leur territoire.

L'échelon territorial va devenir premier. Ce renversement était appelé depuis longtemps, mais il s'avérait impossible à réaliser tant que les réponses venaient d'en haut.

Le choc de la Covid des deux dernières années rebat les cartes et ouvre l'opportunité d'inverser le schéma.

Partir d'en bas pour construire de facto une Europe des régions et des citoyens issus des territoires.

LA TERRITORIALISATION POINT CENTRAL DE LA DÉMARCHE DU CCF

Prendre conscience des atouts et de l'avance incomparables du Collège Culinaire de France

C'est là où l'histoire et la construction du Collège Culinaire de France rencontrent l'actualité et la nécessité de s'engager dans un avenir innovant et durable. L'ADN du Collège Culinaire de France, construit depuis plus de dix ans sur « la valeur de la relation », lui donne des atouts et une avance incomparables, tant il est vrai que cette prise de conscience nécessaire ne s'improvise pas et ne se décide pas d'un coup de baguette magique pour s'inscrire dans la durée. Cela implique une mise œuvre de comportements susceptibles d'initier des collectifs qui produisent et essaient une culture commune performante.

Il s'agit de « faire territoire ». Et, selon la définition apportée par le Collège Culinaire de France, cela signifie construire un espace commun défini par des membres engagés qui s'y investissent, interagissent et s'organisent en collectif pour créer de la valeur. Son périmètre est déterminé par les coopérations effectives et constructives dans la durée.

Ces coopérations effectives cultivées, par et entre les membres du Collège Culinaire de France, sont des engagements qui constituent une richesse d'opportunités et de réalités qui permettent à chacun d'en tirer des bénéfices opérationnels concrets.

Devenir l'acteur majeur de nouvelles dynamiques territoriales

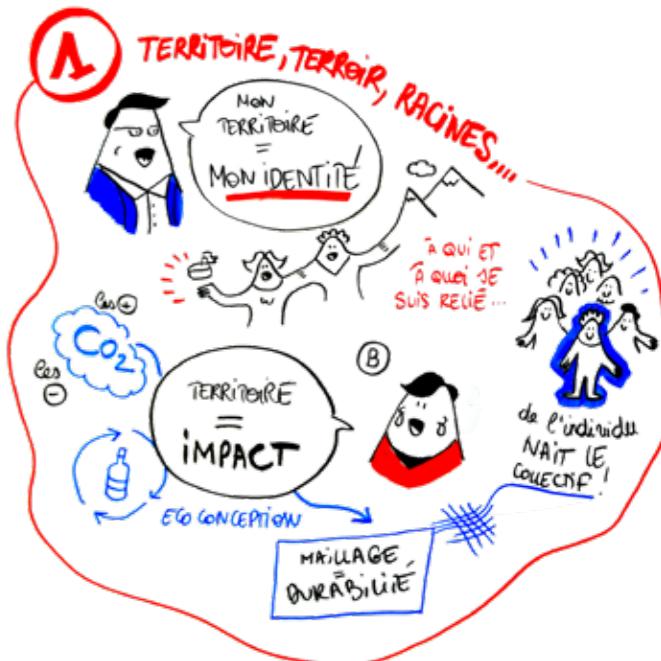
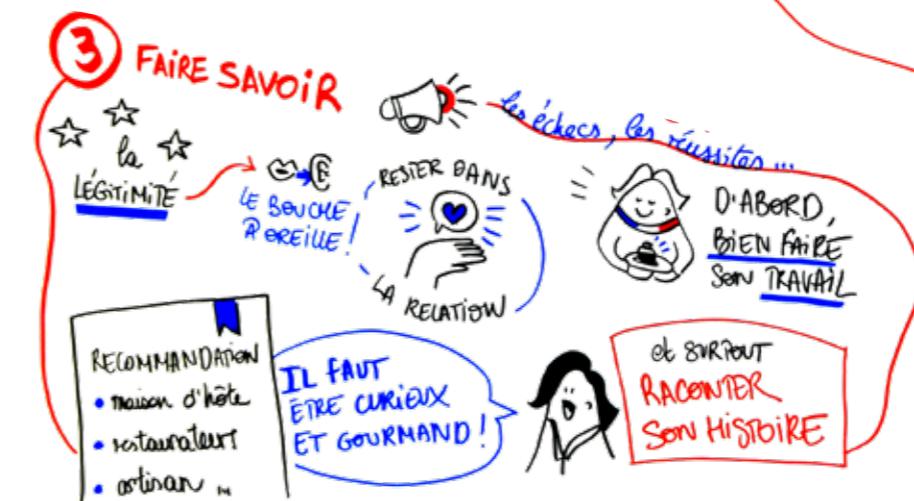
Le Collège Culinaire de France et ses membres possèdent tous les atouts pour devenir un acteur majeur de nouvelles dynamiques territoriales, au bénéfice non seulement des membres eux-mêmes mais également des écosystèmes territoriaux.

Le territoire permet un ancrage durable dans le réel, et constitue un levier de transmission d'avenir. L'artisanat et la diversité culinaires trouvent leur source à partir du territoire.

A l'heure où les territoires confirment leur rôle d'accélérateur de la transformation, le Collège Culinaire de France peut légitimement aujourd'hui jouer un rôle déterminant et devenir un véritable relais au-delà des réseaux numériques de sa présence physique sur tous les territoires.

Contrairement aux périodes précédentes, une grande majorité de Français pensent que leurs enfants vivront moins bien qu'eux. Il va falloir enracer le futur dans le passé (n'en déplaise au wokisme et à la cancel culture) pour le rendre désirable mais en le liant à la civilisation numérique et écologique.

« Il ne s'agit pas de conquérir du territoire mais de partager la diversité et les valeurs communes » *



* Ces citations sont extraites de la table ronde de la Grande rencontre Annuelle 2021 sur le territoire

Pour le Collège Culinaire de France la mise en œuvre opérationnelle d'une territorialisation effective passe par 3 points :

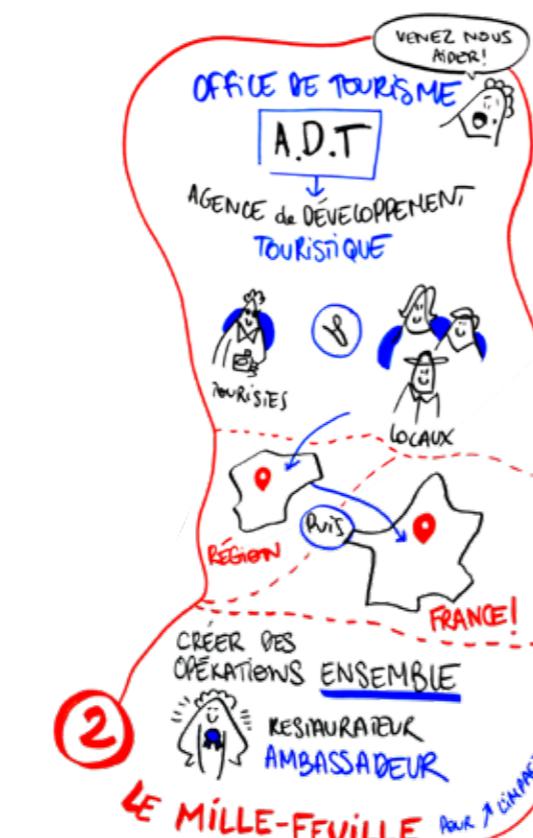
01

Mailler la culture relationnelle du Collège Culinaire de France sur tous les territoires.

Le Collège Culinaire de France a toujours fondé son concept et Appellation de Qualité sur la **productivité relationnelle de chaque maillon de la chaîne humaine des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaire**, qui va de la terre et de la mer à l'assiette. Le territoire est le premier, et l'ultime support, à partir duquel se tisse cette relation.

Par-delà l'énoncé de cette vision et des valeurs qui la sous-tendent, chacun des membres actifs et engagés du Collège Culinaire de France est la première incarnation vivante de l'artisanat et de la diversité culinaires, en osmose avec son territoire.

« Construire durablement passe par la relation et le contact »*



*Ces citations sont extraits de la table ronde de la Grande rencontre Annuelle 2021 sur le territoire

02

Prendre le leadership d'un avenir territorial fondé sur la vision du Collège Culinaire de France

La création et le développement d'évènements identitaires

Les évènements de plus en plus nombreux initiés par le Collège Culinaire de France sur les territoires doivent tous véhiculer de façon explicite la vision, les valeurs et les principes du Collège Culinaire de France.

Plusieurs types d'évènements positionneront le Collège Culinaire de France en acteur incontournable des territoires (cf. fondamentaux – rubrique événementiel p.69) :

- ✓ Les évènements BtoB à destination des hommes et femmes de métiers (Cafés d'intégration, apéros discussions, ...). Ils ont vocation à faire que chaque membre s'approprie la réalité et les ressources du Collège Culinaire de France utilisables pour lui, et contributives pour son écosystème territorial. Dans certains cas, ils sont ouverts à des non-membres ce qui permet une forte sensibilisation, voire un apport de regards extérieurs.
- ✓ Les évènements qui s'adressent à un public plus large (type Marchés complices).

Au fil de l'expérience dans plusieurs territoires, ils rencontrent une attractivité de plus en plus forte sur le terrain. Cela va permettre de renforcer et de développer leurs spécificités identitaires incomparables mais aussi de les utiliser en fer de lance du leadership Collège Culinaire de France sur les territoires.

Cela va nécessiter également une structuration du Collège Culinaire de France et de ses ressources qui permette de répondre et d'arbitrer parmi les demandes de plus en plus pressantes de chaque territoire.

L'appui, la synergie et la potentialisation des actions locales

Fort de sa vision, de ses valeurs, de ses principes de gouvernance et de la mobilisation de ses membres engagés, le Collège Culinaire de France possèdent tous les atouts pour devenir un moteur central de la redynamisation territoriale. Il peut légitimement, et naturellement, contribuer à passer des immenses chaînes de valeurs mondialisées à finalité financière à l'émergence de nouvelles chaînes de valeurs de proximité à finalité humaine. En premier lieu au bénéfice de ses membres, mais aussi en moteur des Hommes et des métiers, et plus largement de tous les citoyens de chaque territoire pour les impulser, par sa dynamique, à devenir à leur tour coproducteurs de la vie et de l'avenir de leur territoire.

Le rôle des référents et des membres engagés est également déterminant pour initier, porter et déployer au niveau local toutes les actions et communications qui servent la vision et l'ambition du Collège Culinaire de France. A cela s'ajoutera dès 2023 la mobilisation des citoyens grand public qui souhaitent s'impliquer en correspondants du Collège Culinaire de France sur chaque territoire.

Le territoire est le nouvel espace-temps de l'autonomie et de la pratique visible et mesurable d'une coopération durable.

03

Rendre lisible et visible la chaîne de valeur et le leadership territorial initiés par le Collège Culinaire de France

La lisibilité, c'est à dire la façon de comprendre tous les aspects dont se réclame le Collège Culinaire de France dans son action territoriale, repose sur un principe clé aujourd'hui. Ce premier principe est que l'on ne peut comprendre que ce que l'on s'approprie concrètement à travers une action et dont on devient soi-même co-acteur et voire si possible co-auteur. Car dans la complexité des informations que l'on reçoit, on ne peut assimiler vraiment que ce que l'on pratique et dont on tire une expérience personnelle.

Ce qui ne veut pas dire que le Collège Culinaire de France néglige les autres formes et supports de communication.

Chaque événement fait l'objet d'une communication médiatique et numérique locale.

L'enjeu et la responsabilité de chaque membre est de relayer sur ses propres réseaux personnels et numériques les actions menées par le Collège Culinaire de France en coopération avec ses membres sur son territoire.

Chacun pourra porter l'identité et les actions engagées pour s'approprier le récit de l'enjeu, de la légitimité et de la responsabilité que le Collège Culinaire de France entend assumer.

A travers un véritable laboratoire d'expériences vécues, le Collège Culinaire de France veut effectuer un travail, en profondeur et dans la durée, qui touche aussi bien les territoires physiques que les imaginaires.

« Il ne s'agit pas de conquérir du territoire mais de partager la diversité et les valeurs communes » *

*Ces citations sont extraites de la table ronde de la Grande rencontre Annuelle 2021 sur le territoire

EXEMPLE 1 PAYS BASQUE ET ALENTOURS

Les référents du Territoire

- ✓ Cédric BECHADE
- ✓ Vivien DURAND
- ✓ Fabian FELDMANN
- ✓ Patrice LUBET
- ✓ Beñat MOITY



Les événements de l'année sur le territoire	
Décembre 21	Immersion Maison de la Châtaigne
Janvier 22	Réunion de travail des référents de la région à Bordeaux
Février 22	Immersion aux Aldudes
Mai 22	Immersion & apéro complice à la Maison de Pierre
Mai 22	Immersion Maison Carletti
Mai 22	Immersion GAEC La Grande Chaux
Octobre 22	Marché Complice de Saint-Jean-de-Luz

La coopération marquante de l'année

Nicolas MONTCEAU de la Maison de PIERRE a organisé un apéro complice pour mettre en lumière la chèvre des Pyrénées sur une initiative de Benat MOITY. Plusieurs producteurs du Collège Culinaire de France ont répondu présents et contribué à la préparation de pintxos pour le grand public (Catherine et Philippe Sebbi, Jean-Emmanuel Constantin de Tomate O Cœur, Emilie Dubois)

Céline PARIES Maison PARIES

Saint-Jean-de-Luz, Nouvelle-Aquitaine
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2018



« La politique de la maison a toujours été la même : nous cherchons toujours les meilleurs produits : les meilleurs fruits, le plus près possible de chez nous, des œufs de la ferme d'à côté et même le lait vient de la ferme qui est à 200 mètres. Nous travaillons les fraises qu'en saison et elles viennent de la région, on a la même démarche pour le reste des fruits : si on peut les trouver chez nous, on favorise le circuit court. Pour nos ganaches d'ailleurs, on travaille certaines plantes avec un autre membre du Collège Culinaire de France, la ferme L'autre Campagne à Saint Martin de Seignanx. »

EXEMPLE 2 AUVERGNE & ALENTOURS

Les référents du Territoire	
✓ Jérôme CAZANAVE	✓ Jacques MARCON
✓ Marlène CHAUSSEMY	✓ Serge VIEIRA
✓ Jacques DECORET	✓ Emmanuel VOLLE
✓ Laurent JURY	



Les événements de l'année sur le territoire

Avril 22	Apéro discussion chez Origines
Avril 22	Apéro discussion chez Jacques et Régis Marcon
Novembre 22	Évènement CCF en cours de préparation à l'Auberge de la Besse et Participation du CCF à la Fête du Champignon à St-Bonnet-le-Froid



Adrien Descouls
Origines

Le Broc, Auvergne
« Restaurant de Qualité »
depuis 2018

« Je partage les coordonnées de producteurs amis afin de les soutenir. Mon restaurant se porte garant de leur savoir-faire et de la qualité de leurs produits. »

La coopération marquante de l'année

À l'origine, Emmanuel Volle cultivait des vesces - légumineuses sauvages - pour du fourrage. En 2022 sa production de lentilles s'est faite plus timide alors même que lesdites vesces poussaient à tout va. Sur recommandation d'un acteur du Collège Culinaire de France, Emmanuel a goûte la plante et l'a faite goûter aux chefs du collectif. Verdict : des saveurs légèrement amères, « assez suaves même » d'après le chef Romain Meder, qui l'a instantanément ajouté à la carte d'ADMO dans une « salade de vesce, échalotes au vinaigre, persil, coriandre, émulsion de houmous de vesce et condiment de pomelo. D'autres chefs lui ont emboîté le pas, eux aussi séduits par ce goût peu commun. Un très bel exemple de tout ce qui fait le Collège Culinaire de France : agilité, solidarité et créativité.



Déclinaison des 5 axes stratégiques en priorités pour 2023

PRIORITÉ 1 CONTINUER D'AFFIRMER LA SINGULARITÉ IDENTITAIRE DU CCF

Pour en développer la lisibilité et la visibilité auprès de tous les publics

Nouvelles actions opérationnelles mesurables à mettre en place :

Poursuivre le travail d'homogénéisation de l'identité visuelle du CCF

- ✓ Optimiser le territoire graphique
- ✓ Déployer progressivement la plaque unique « Artisans militants de la qualité » à l'ensemble des membres actuels et des nouveaux entrants des filières de l'artisanat culinaire
- ✓ Créer la boutique de produits déclinant l'identité Collège Culinaire de France pour les membres et le grand public

Renforcer l'identité d'actions du CCF

- ✓ Recruter dans l'équipe un profil dédié au réseau des membres qui viendra renforcer les relations avec chacun, pour recueillir les initiatives en phase avec les ambitions du Collège Culinaire de France et lui donner les outils pour devenir un vrai acteur militant et impliqué
- ✓ Optimiser l'impact des Cafés intégration et inclure les écoles hôtelières qui intègrent le Collège Culinaire de France pour la 1ère fois au 1^{er} septembre 2022
- ✓ Démultiplier les Apéros discussions
- ✓ Faire ressortir les spécificités identitaires exclusives des Marchés Complices afin d'envisager de nouvelles ouvertures dans de nouvelles régions en 2024; Ce travail doit être accompagné par une réflexion sur le modèle économique de ces événements et l'implication des membres de chaque région concernée

Développer l'identité incarnée des valeurs et de la vision du CCF:

- ✓ Poursuivre le renforcement de la rigueur de la sélection et du contrôle des membres. Rendre les critères métiers accessibles aux membres
- ✓ Initier une communication collective des fondateurs sur la mise en valeur de la contribution engagée des 3000 membres Artisans Militants de la Qualité qui constituent le Collège Culinaire de France
- ✓ Soutenir et développer l'engagement et les modes d'action des référents régionaux et des membres volontaires pour prendre des initiatives locales de maillage territorial et de déploiement du Collège Culinaire de France sur chaque territoire
- ✓ Promouvoir une culture d'excellence du savoir-être à travers l'incarnation des membres dont les comportements illustrent le mieux la charte du Collège Culinaire de France

PRIORITÉ 2 DÉVELOPPER L'EXPÉRIMENTATION DE L'ÉCONOMIE RELATIONNELLE

Pour faire émerger les bases d'un nouveau modèle économique

Nouvelles actions opérationnelles mesurables:

- ✓ Créer un outil de partage collaboratif des solutions recommandées par les membres ayant apporté **une valeur ajoutée mesurable** à certains membres et dont ceux-ci voudraient témoigner

- ✓ Formuler en système le nouveau **modèle économique** de la coopération pour le rendre utilisable opérationnellement aux membres

- ✓ **Donner une lisibilité opérationnelle** à l'économie de la coopération A partir des axes principaux de coopération définis par le Collège Culinaire de France (cf dossier spécial RA 2021) démontrer la productivité et la rentabilité économique :

- De l'appropriation du fonctionnement du métier de l'autre
- Des actions communes entre membres élaborées sur une logique gagnant-gagnant
- Des démarches relationnelles innovantes générées collectivement

- ✓ **Approfondir** ce modèle économique par compilation de récits vécus d'expériences performantes de coopérations

- ✓ Construire les bases **d'une sensibilisation et d'une approche du recrutement** et de la fidélisation performantes des métiers de l'artisanat et de la diversité culinaires (Culture, envie, motivation):

- Constituer pour tous les membres du Collège Culinaire de France une banque de données de toutes les approches managériales et organisationnelles performantes expérimentées au sein des établissements du collectif

- Apprendre à réfléchir autrement. Initier des groupes de réflexions et d'actions pour imaginer et tester en commun des solutions

- Créer des actions et interactions incitant les membres du Collège Culinaire de France à accueillir des élèves des écoles de formation membres du Collège Culinaire de France ou à s'y impliquer

- ✓ Poursuivre les relations de coopération avec certaines institutions pour **attirer de nouveaux collaborateurs** dans nos métiers :

- Le Parcours d'Excellence Culinaire qui facilite la venue de professionnels de la restauration venus des pays hors Europe

- Le PaQtE, initiative du Ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les Collectivités Territoriales visant à sensibiliser, former et recruter des acteurs des zones dites « quartier » pour subvenir au besoin des métiers en tension en termes de recrutement

PRIORITÉ 3 MAILLER LES TERRITOIRES

Pour prendre un leadership reconnu par tous les acteurs locaux

46

Nouvelles actions opérationnelles mesurables:

- ✓ **Impulser, soutenir et multiplier les événements** sur tout le territoire: assurer à minima une rencontre physique par région en 2023 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

- ✓ Faire ressortir la valeur spécifique de **mailage territorial** des **Marchés Complices** et ouvrir des marchés complices dans de nouvelles régions; Ce travail doit être accompagné par une réflexion sur le modèle économique de ces événements et l'implication des membres de la région

- ✓ Mettre en place une **stratégie d'influence** avec les acteurs locaux de chaque territoire pour positionner le Collège Culinaire de France comme **leader incontournable** sur les sujets d'autonomie alimentaire, de restauration, de méthodes de production et d'artisanat:
 - Développer les relations avec la PQR
 - Développer les relations 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 Ecosystème p.86).

- ✓ Mettre en valeur la position et la vision du Collège Culinaire de France sur la territorialisation à travers une **tribune média**

- ✓ Poursuivre la stratégie de diffusion de la vision et du projet Collège Culinaire de France **au niveau international** à travers la structure Glocal Culinary College créée en 2022 à cet effet:

- 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:

- Poursuivre le suivi avec le Collège Culinaire du Japon
- Ouvrir, avec la même vision et les mêmes valeurs, de nouveaux territoires sur la planète: Belgique, Etats-Unis...

PRIORITÉ 4 INCARNER UNE NOUVELLE MÉTHODE DE COMMUNICATION D'INFLUENCE

Pour sortir de la saturation médiatique et numérique inaudible

47

Priorité centrale pour l'année 2023. (En 2022 la priorité centrale était focus sur les territoires et en 2024 elle devra porter sur le modèle économique)

Les Artisans Militants de la Qualité en sont la conviction incarnée et le moteur central. Chaque membre est le premier média qui est le meilleur vecteur pour évangéliser en amont les écoles, et en aval le grand public en passant notamment par l'écosystème de prescripteurs du secteur.

Affiner par public la **stratégie de communication globale**

mise en place depuis 2021 afin que les messages portés par le Collège Culinaire de France soient compréhensibles et lisibles par tous. Mettre en face le plan d'actions/communication adapté approprié par les membres du Collège Culinaire de France:

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

Visibilité et influence **auprès de l'écosystème de prescripteurs** du secteur:

- 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

- Parmi ce cercle d'influence, créer un cercle d'amis du Collège Culinaire de France qui apporte une réelle valeur ajoutée au projet

- Créer un carnet de liaison (4 newsletters/an) à destination de tout l'écosystème pour sensibiliser à la vision du Collège Culinaire de France et faire connaître les actions du collectif et de ses membres

- 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

Nouvelles actions opérationnelles mesurables:

Visibilité et influences **auprès des futurs professionnels**:

- Poursuivre l'ouverture du Collège Culinaire de France à de nouvelles écoles hôtelières avec l'objectif de plusieurs effets à court et long terme
 - Contribuer à l'ambition affichée du CCF
 - Contribuer à agir à la source des problèmes de recrutement et de management rencontrés aussi bien chez les restaurateurs que chez les producteurs artisans

Visibilité et influence **auprès du grand public**:

- Poursuivre la **stratégie de bouche-à-oreille** amorcée en 2022 (à organiser en système) pour sensibiliser et impliquer le grand public dans la valorisation de l'artisanat culinaire
 - Garder le lien avec le grand public venu sur les Marchés Complices
 - Créer des immersions version grand public dans les restaurants et chez les producteurs artisans (Exemple Paris local en Nov 2022 sur l'Île-de-France)
 - Poursuivre la sensibilisation jeunes publics
 - Marché Complices ateliers enfants
 - Restauration collective: 2023/2024
 - Adapter la newsletter « Carnet de liaison » à destination du grand public pour démultiplier la visibilité des actions du collectif et de ses membres

PRIORITÉ 5 POURSUIVRE LA DIGITALISATION DU CCF

Pour accélérer les transformations autour de l'écosystème digital avec les meilleurs outils pratiques, ergonomiques et sécurisés.

48

Nouvelles actions opérationnelles mesurables:

- ✓ Allier en synergie l'ambition du Collège Culinaire de France avec **les avancées technologiques**
- ✓ Optimiser la transformation du nouveau site internet pour en développer la productivité et la performance au regard des objectifs des 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**
- ✓ Synthétiser les contenus pour **optimiser les outils pratiques** à destination du grand public

2023 sera l'année de la création du meilleur moteur de recherche du marché:

- ✓ Que ce soit pour les membres ou les clients finaux, chacun sera doté d'**un moteur de recherche unique**
- ✓ Il sera possible de rechercher un lieu, un produit, une filière, un contact ou encore de trouver tous les membres autour de soi **instantanément**

Budget 2023 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 34-35.

Les 5 priorités d'actions 2023 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.

C'est pourquoi, depuis sa création, à savoir la 10ème année consécutive, le Collège Culinaire de France maintiendra en 2023 le montant de sa cotisation de 1€ HT/jour. A cette cotisation symbolique vient s'ajouter:

- ✓ **La contribution à la grande rencontre annuelle de 30 euros HT/an prélevée en octobre 2023**
- ✓ **Des frais d'inscription incluant la plaque émaillée seront mis en place à partir du 1er janvier 2023 et seront facturés avec la première mensualité de tout nouveau membre. Le montant de celle-ci s'élève à 100 euros HT.**

De plus, au vu du résultat d'exploitation 2021/2022 le Collège Culinaire de France engage les premières mesures de diversification de ressources sans altération de son indépendance ni augmentation de la cotisation de 1€/jour inchangée depuis la création du Collège Culinaire de France avec notamment la création d'une boutique siglée Collège Culinaire de France à destination principalement de ses membres.

>>> La personnalisation de l'identité du Collège Culinaire de France, que ce soit sur la plaque ou les vestes, vont permettre de promouvoir l'incarnation de l'identité du Collège Culinaire de France auprès du grand public.

La multiplication des actions et événements due à la croissance du Collège Culinaire de France implique également de repenser les événements du Collège Culinaire de France. Une réflexion sur le modèle économique des événements est également amorcée pour assurer la pérennité et le développement de ceux-ci dans le temps mais aussi sur plus de Territoire.

ÉCHÉANCIER DES PRÉLÈVEMENTS POUR L'ANNÉE 2023

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
30€ HT	30€ HT	30€ HT	30€ HT	30€ HT	30€ HT
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
30€ HT	30€ HT	30€ HT	60€ HT ⁽¹⁾	30€ HT	30€ HT

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

PROJECTION DES AFFECTATIONS DES RESSOURCES FINANCIÈRES EN FONCTION DES PRIORITÉS

- PRIORITÉ 1** - Renforcer l'identité singulière du Collège Culinaire de France **15%**
- PRIORITÉ 2** - Faire émerger les bases d'un nouveau modèle économique **10%**
- PRIORITÉ 3** - Élargir les territoires d'actions du Collège Culinaire de France **30%**
- PRIORITÉ 4** - Développer la visibilité, l'influence du Collège Culinaire de France **30%**
- PRIORITÉ 5** - Poursuivre la digitalisation du Collège Culinaire de France **15%**

Les chiffres complets, détaillés et expliqués des ressources et des affectations budgétaires sont disponibles à tout membre du Collège Culinaire de France qui souhaite s'y intéresser. Les demandes sont à adresser à alexis@college-culinaire-de-france.fr qui organisera une ou deux sessions de présentation, d'explication et d'échanges sur ces chiffres.



Les fondamentaux

04

Fondée en 2011 par 15 chefs de renom

**LA SEULE COMMUNAUTÉ
MILITANTE ET INDÉPENDANTE**
QUI MOBILISE SUR TOUT LE TERRITOIRE DES
RESTAURANTS ET DES PRODUCTEURS
ARTISANS DE QUALITÉ



le Collège
Culinaire
de France



Diversité

25 filières
110 métiers représentés



Prix

Financement
d'engagement = le prix
de notre indépendance



Coopération

Un réseau unique de
restaurants, producteurs
et artisans engagés et
reliés les uns aux autres



Sélection et contrôles

Indépendants réalisés
par 200 référents en
région et validés à
l'unanimité par les chefs
fondateurs



Notre mission

Affirmer une
nouvelle culture
des métiers de
l'artisanat culinaire



Les membres

2800 membres

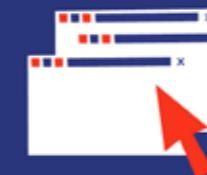
1700
restaurants de qualité

1100
producteurs artisans de qualité



Prises de position média

Pour éclairer et changer
les comportements



Un site interactif

Avec des outils
pratiques pour ceux
qui souhaitent être
actifs (carte interactive,
garde-manger, ...)



Évènements

Toute l'année et partout
en France

Dates clés



2022	Ouverture de l'Appellation aux Écoles professionnelles
	L'Appellation du Collège Culinaire de France change de nom: « Artisans Militants de la Qualité »
	Construction de l'écosystème Glocal Culinary College
2021	Ouverture de l'Appellation aux pâtissiers
2020	Tribune « Les chefs vous demandent de rouvrir »
	1 ^{er} Café d'intégration
	Lancement du Garde-Manger
2019	Ouverture de l'Appellation aux brasseurs, cidriers et distillateurs
	Tribune « Un restaurant n'est pas un débit de nourriture »
	Création de la Fondation Gastronomie Humaniste
2018	Tribune « Pour recruter des restaurateurs, rendons l'âme à ce métier passionnant »
	1 ^{er} Dîner Complice
2017	1 ^{re} vidéo collective des chefs
	1 ^{er} Marché Complice au Havre
	Création de l'association Manger Citoyen
2016	1 ^{re} Journée de producteurs dans les écoles (Ferrandi), le CCF initie son action dans les écoles
	Campagne de sensibilisation sur la saisonnalité
	Ouverture de l'Appellation aux vigneron
2015	Tribune « Des projets de loi sur la restauration inapplicables »
	Mise en place d'un écosystème digital
	1 ^{ères} Journées d'Échanges Nationales et Régionales
	1 ^{re} Grande Rencontre Annuelle
2014	Ouverture de l'appellation Producteur Artisan de Qualité
2013	Campagne « Savez-vous Ce que vous mangez au Restaurant ? »
	Définition de la Haute Valeur Relationnelle
	Création de l'Appellation de Qualité « Restaurant & Producteur Artisan de Qualité », du CCF
2011	Création du Collège Culinaire de France par 15 chefs fondateurs, Alain Ducasse, Joël Robuchon, Paul Bocuse, Michel Guérard, Pierre Troisgros, Yannick Alléno, Alain Dutournier, Gilles Goujon, Marc Haeberlin, régis Marcon, Thierry Marx, Gérald Passedat, Laurent Petit, Anne-Sophie Pic, Guy Savoy
	La sonnette d'alarme est tirée : en France près de 80% de restaurants sont des « Réchauffeurs de plats »

Raison d'être et singularité du Collège Culinaire de France

Fondé en 2011, à l'origine par 15 chefs français reconnus internationalement, le Collège Culinaire de France s'est donné comme vocation de promouvoir la transmission du patrimoine et de l'avenir de l'artisanat et de la diversité culinaire, en alternative à l'industrialisation et à la standardisation de l'alimentation qui ne peut plus produire sans détruire plus qu'il ne produit.

- ✓ **Il participe au rayonnement de la culture des métiers de l'artisanat et de la diversité des cultures gastronomiques en France et dans le monde**
- ✓ **En alternative à la mondialisation, le Collège Culinaire de France incite à explorer et à valoriser une approche « locale » à partir d'une planétisation de la diversité des cultures culinaires de chaque territoire**

La Haute Valeur Relationnelle (HVR) est expérimentée au sein du Collège Culinaire de France. Elle se déploie et s'évalue en 3 dimensions qui font société :

L'INDIVIDU	LE COLLECTIF	LE SOCIETAL
Identité, comportements relationnels <i>Face au défi de la culture individualiste</i>	Chaîne de la qualité, coopération <i>Face au défi de la culture corporatiste ou communautariste</i>	Systèmes, rapports de force <i>Face au défi de la culture politique politicienne</i>
Bienveillance Curiosité Responsabilité	Identité Transparence Coopération	Indépendance Interdépendance Diversité
Substituer la logique de chaîne de coopération à la logique des intérêts particuliers et de la compétition <i>Qu'est-ce que tu produis comme Haute Valeur Relationnelle qui crée de la valeur chez l'autre ?</i>	Substituer la logique des règles comportementales à la logique de la liberté sans contraintes <i>Comment incarne-tu et fais-tu vivre les valeurs comportementales choisies ?</i>	Substituer la logique de pouvoir sur les systèmes à la logique de pouvoir sur les individus <i>Comment oriente-t-on les flux de soutien vers notre écosystème global ?</i>

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, producteurs, ...) une alternative productive et 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

INSTITUTION	MEMBRES	GRAND PUBLIC
INDÉPENDANCE	COOPÉRATION	SÉLECTION
Seule association indépendante de tout lien financier, politique ou corporatiste.	Seule association démontrant que la coopération est source d'enrichissement humain et économique dans la pratique de son métier.	Seule association sourceur d'artisans culinaires passionnés et responsables, reliés entre eux et reconnus par leurs pairs.
TERRITOIRE	CHAÎNE HUMAINE DES MÉTIERS DE L'ARTISANAT CULINAIRE	CITOYENS ACTEURS
Seule association promouvant une décentralisation des décisions (plus de 180 référents en maillage du territoire) et des actions (Apéros discussions/ Marchés Complices) en régions.	Seule association regroupant sur les mêmes valeurs artisanales, restaurateurs et producteurs dans leur diversité, sans hiérarchie de catégorie ni de statut (des bistrots aux étoilés, du producteur familial au producteur entrepreneur, ...).	Seule association mobilisant le citoyen en acteur à part entière de la chaîne de la qualité
DIVERSITÉ	PAS DE HIÉRARCHIE DE STATUT	FIN DU CLIENT ROI
Seule association ne visant pas à homogénéiser les pratiques de ses membres mais à mettre en valeur les différences de chacun.	Seule association impliquant au même niveau d'engagement tous les acteurs de la production et du restaurant.	Seule association mobilisant la responsabilité et le rôle du client citoyen dans la construction et la pérennité de la qualité.

Les convictions du collectif

- ✓ Il n'y a pas de cuisine de qualité sans producteurs de qualité
- ✓ La non qualité a un prix à payer toujours plus élevé que le coût de la qualité
- ✓ La qualité et la santé sont une question d'éducation, de décision et de choix. Ce n'est pas une question de moyen économique
- ✓ 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

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

On devrait apprendre à manger comme on apprend à lire.

Michel GUERARD, fondateur

Qui a décidé que le homard était meilleur que le chou vert ?

Laurent PETIT, 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 (HRV) 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.

Charte du Collège Culinaire de France

Pour le Collège Culinaire de France		
UN RESTAURANT DE QUALITÉ	UN PRODUCTEUR ARTISAN DE QUALITÉ	UNE ÉCOLE PROFESSIONNELLE RECONNUE PAR LE CCF
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...	au-delà d'un métier, est à la source d'une chaîne humaine...	au-delà d'une formation, vient renforcer la chaîne de la qualité sur le temps long
...constituée de producteurs, artisans, cuisiniers, équipes de salle et clients qui conjuguent savoir-faire au savoir-être.	Elles sont un maillon fondamental qui porte la responsabilité de former les nouveaux acteurs de la restauration en cuisine et en salle.	
<p><u>Leur projet artisanal repose sur 2 piliers:</u></p> <p>Un pilier identitaire qui se reconnaît par:</p> <ul style="list-style-type: none"> Le partage d'une identité singulière La pratique d'une transparence éprouvée L'engagement dans une coopération effective <p>Un pilier sociétal:</p> <ul style="list-style-type: none"> La conviction que l'artisanat et la diversité culinaires sont une alternative en rapport de force avec l'industrialisation et la standardisation alimentaire. 		
<p>Mais surtout, le Collège Culinaire de France propose une vision et la création d'un bien commun de l'artisanat et de la diversité culinaire.</p> <p>Chacun, quelles que soient sa filière et sa spécialité, choisit son chemin singulier pour y parvenir en s'appuyant sur une ouverture, une écoute et l'expérience des autres. C'est la pratique d'une coopération active sur un grand nombre de sujets mis en avant et en actions par le Collège Culinaire de France.</p> <p>Toutes celles et ceux qui contribuent à cette diversité du patrimoine culinaire artisanal: restaurateurs, producteurs, vignerons, pâtissiers, distributeurs, et autres à venir (arts de la table, épiciers, ...) sont des Artisans Militants de la Qualité par-delà les catégories ou filières professionnelles auxquelles ils se réfèrent par ailleurs.</p> <p>Pour le Collège Culinaire de France, des Artisans Militants de la Qualité sont:</p> <p>Des hommes et des femmes de métiers qui s'engagent activement à construire une alternative à l'industrialisation et à la standardisation de la production, de la restauration et de l'alimentation, pour construire le monde pour lequel et dans lequel ils veulent vivre.</p> <p>Ce sera à partir du 1^{er} janvier 2023 la bannière unique et commune de tous les membres du CCF.</p>		

LES 2 PRINCIPES D'ACTIONS STRUCTURANTS DU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

INDÉPENDANCE	INTERDÉPENDANCE
<p>Indépendance de toute organisation et système financier, politique ou corporatiste.</p> <p>Le prix de l'indépendance pour chaque membre: 1€ /jour.</p>	<p>Il n'est de vraie valeur durable que celle, humaine, créée entre chacun des acteurs de la chaîne de qualité de la terre et de la mer à l'assiette.</p>

LES 3 RELATIONS CULTURELLES ENTRE SES MEMBRES

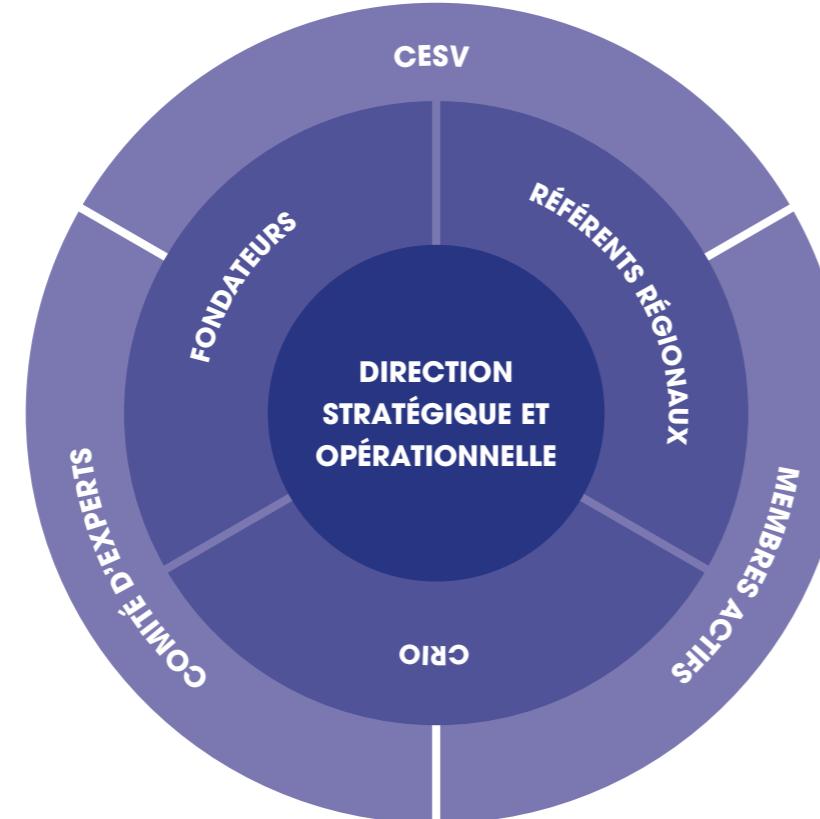
PORTER UNE HISTOIRE IDENTITAIRE	PRATIQUER LA TRANSPARENCE	S'ENGAGER DANS LA COOPÉRATION
<p>Le récit de qui je suis, de ce en quoi je crois.</p> <p>Le récit de ma relation au territoire sur lequel je suis installé.</p> <p>Le récit de ce que je produis.</p> <p>L'histoire de la description de la passion d'un métier.</p>	<p>La transparence est la clé de toute relation de confiance rentable et durable.</p> <p>L'origine et la traçabilité des produits que je travaille.</p> <p>Les méthodes de production et de transformation des produits.</p>	<p>La conviction que l'on ne peut pas progresser en qualité sans faire progresser les autres.</p> <p>La volonté d'apprendre à devenir co-acteur du métier de l'autre pour enrichir le sien.</p> <p>Une coopération productive qui génère une amélioration continue.</p>

LES 3 ENGAGEMENTS COMPORTEMENTAUX DE CHAQUE MEMBRE

LA BIENVEILLANCE	LA CURIOSITÉ	LA RESPONSABILITÉ
<p>Pour chercher à comprendre plutôt qu'à juger.</p> <p>Mesure: Quelle valeur apporte à l'autre ta critique constructive ?</p>	<p>Pour nourrir l'amélioration continue.</p> <p>Mesure: Quelle augmentation de ton potentiel génère ta curiosité ?</p>	<p>Pour assumer en toute transparence ses choix.</p> <p>Mesure: En quoi ta responsabilité t'a-t-elle rendu plus fort et enrichi ?</p>

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.



LES FONDATEURS

En 2011, 15 chefs français, reconnus pour l'excellence de leur savoir-faire, se sont réunis à l'initiative d'Alain Ducasse et Joël Robuchon 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.

En 2017, les fondateurs ont invité plusieurs autres chefs, désireux de s'engager sur ces missions, à rejoindre le cercle des fondateurs. **Ils sont aujourd'hui 23*.**

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 et validées par la Direction stratégique et opérationnelle

*Mais n'oublions pas nos Immortels : Paul Bocuse, Joël Robuchon, et Michel Troigros qui ont fait partie des chefs fondateurs. Ils ont œuvré activement à créer et faire connaître le Collège Culinaire de France.



Yannick ALLENO



Frédéric ANTON



Christophe BACQUIE



Georges BLANC



Eric BIFFARD



Arnaud DONCKELE



Alain DUCASSE



Alain DUTOURNIER



Gilles GOUJON



Michel GUERARD



Marc HAEBERLIN



Stéphane JEGO



Jean-Georges KLEIN



Régis MARCON



Thierry MARX



Gérald PASSEDAT



Laurent PETIT



Anne-Sophie PIC



Eric PRAS



Emmanuel RENAUT



Michel ROTH



Guy SAVOY



Mathieu VIANNAY

LES RÉFÉRENTS RÉGIONAUX

Reconnus pour la maîtrise de leur métier et pour les valeurs humaines, éthiques et professionnelles qu'ils incarnent, les 180 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.

La liste des 180 référents classés par région est accessible sur le site <https://college-culinaire-de-france.fr/organisation/referents-regionaux>.

Frédérique TRIQUET Saisons et Poulette

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

« Être référente, cela signifie 2 choses. Premièrement, c'est d'être à l'initiative d'une vie de réseau en local, et de le faire vivre ; 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. »



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, Peter BALL. Depuis Mars 2021, un cycle de formation a été initié afin de s'assurer de l'appropriation des messages et de leur contribution au déploiement d'une dynamique territoriale.

LE CRI

Le Comité de Réflexion Innovant et Opérationnel (CRI) 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 CRI 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 CRI dans le Rapport d'Activité 2019 p13-15]

Joël THIEBAULT
Expert Production
Végétale et Maraîchage
Membre du CRI



« Le CRI est la force de proposition et d'arbitrage du Collège Culinaire de France ; il permet de garder la direction fixée au départ du projet. Sur les racines profondes du Collège Culinaire de France, nous devons y rester attachés tout en continuant d'évoluer en fonction des conditions de l'époque. »



Eric BRIFFARD
Fondateur



Rémy GIRAUD
Chef consultant



Florence COIFFARD
Experte vigneronnes et autres artisans de la filière boissons



Claire HEITZLER
Expert Pâtisserie



Stéphane JEGO
Fondateur



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



Myriam ZIAD
Responsable Communication & Evénementiel

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 (CESV)

Il est l'organe de consultation pour la sélection de l'éligibilité des candidatures de vignerons, 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 vignerons 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 10 personnes dont 3 stagiaires. Elle est animée par Christian REGOUBY, Délégué Général, et Célia TUNC, Secrétaire Générale.

Dans l'ordre d'apparition sur la photo :

- ✓ Solène GUICHARD – Chargée de Projet Innovation et Développement Opérationnels
- ✓ Alexis MARQUES – Responsable Administratif
- ✓ Louisiane de BOISSEL – Cheffe de projet Evénementiel
- ✓ Peter BALL – Responsable Réseau et Développement
- ✓ Sabrina CHARVET – Chargée de Mission
- ✓ Christian REGOUBY – Délégué Général
- ✓ Célia TUNC – Secrétaire Générale
- ✓ Myriam ZIAD – Responsable Communication et Evénementiel



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.

Sélection et contrôle

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

SÉLECTION DES RESTAURANTS ET PRODUCTEURS ARTISANS DE QUALITÉ

Depuis 2020, les équipes du Collège Culinaire de France, le CRIOP, les experts métiers et les membres, travaillent en coopération 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 incarne l'histoire et le savoir-faire de son métier / ses produits
- ✓ Il maîtrise et est présent à tous les stades de la chaîne de production
- ✓ 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
- ✓ Il est transparent sur ses motivations à rejoindre le collectif

1 La qualification des métiers et des produits par filière afin d'identifier précisément chacun des membres et candidats Producteurs et Artisans de qualité.

2 La mise en place de critères de qualité par filière et par métier pour accroître la rigueur des sélections.

3 L'actualisation des questionnaires de candidature propre à chaque filière et métier permettant de qualifier au mieux les candidats sur les spécificités de leurs métiers mais aussi sur les valeurs communes portées par le collectif.

Au-delà de la qualification d'un candidat permettant de s'assurer de sa démarche artisanale et sa place au sein de la chaîne de la qualité que le Collège Culinaire de France défend chaque jour, le Collège Culinaire de France porte un intérêt particulier sur l'état d'esprit compatible (ou pas) avec celui de son collectif.

En effet car au-delà du savoir-faire des membres, le savoir-être est une des valeurs fondamentales que le Collège Culinaire de France défend au sein du collectif.

Et 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)
- ✓ Valeurs humaines et relationnelles, coopération avec les autres membres
- ✓ Respect de la santé humaine, animale, environnementale
- ✓ Respect de la saisonnalité
- ✓ Réel engagement militant pour la qualité et l'amélioration continue
- ✓ Transmission du savoir
- ✓ Motivations et implication au sein du collectif

CONTÔLE DES ARTISANS MILITANTS DE LA 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 et continuent à promouvoir 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, les équipes opérationnelles, le CPIO et les membres fondateurs, chaque membre peut être 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 à partir d'axes de progrès identifiés.



Les modalités du contrôle

- 1 La première étape consiste à qualifier la source de la critique et son contenu de façon factuelle afin d'éviter les contrôles non justifiés ou les démarches malveillantes
- 2 La deuxième étape consiste à prendre contact avec le membre sous contrôle pour s'entretenir avec lui sur les motifs liés à la critique
- 3 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
- 4 La quatrième étape est l'évaluation du dossier en commission de contrôle
- 5 Dans certains cas, celui-ci sera discuté au CPIO 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 avec un objectif d'amélioration, un prochain point est fixé 6 mois plus tard et le membre reste sous contrôle
- ✓ Le membre est exclu

Le retour d'expériences

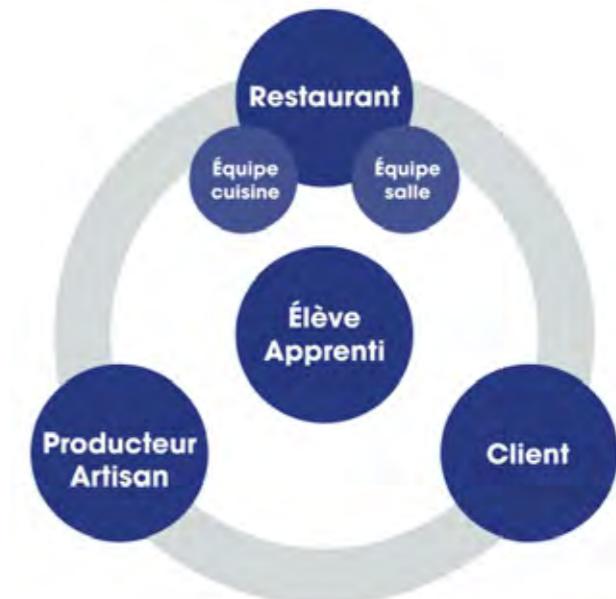
Les échanges avec les membres sous contrôle sont également une occasion de repréciser les valeurs et la philosophie du Collège Culinaire de France et de répondre aux questions éventuelles.

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 potentier 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 et Producteurs Artisans de Qualité.

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

Sur son site www.college-culinaire-de-france.fr, le Collège Culinaire de France a développé un curseur d'engagement visible sur la page de chaque membre: 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.



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.

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



Thierry DI TULLIO
La Vague d'Or
Cheval Blanc

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.

St Tropez, Provence-Alpes Côte d'Azur
« Restaurant de Qualité » depuis 2013

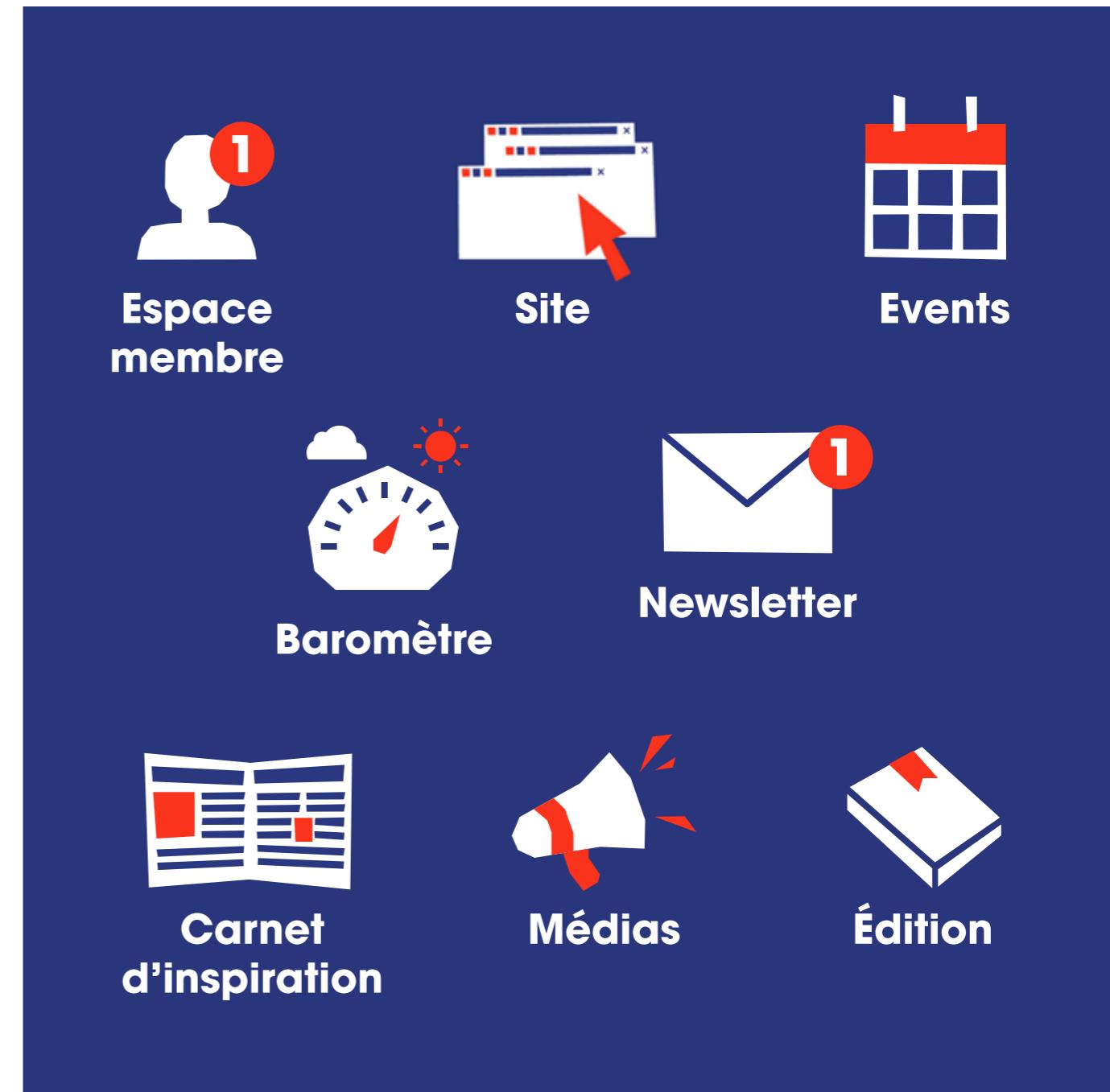
« Après le passe, les assiettes n'appartiennent plus à la cuisine. C'est la salle qui les met en scène ».

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 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 Artisan Militant de la Qualité.

Outils singuliers

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.





UN ESPACE MEMBRES RICHE EN CONTENUS

- 68 L'espace membre a été conçu pour accompagner les membres dans le développement de leur réseau de qualité.

Un moteur de recherche très performant, permettant l'accès au réseau unique de restaurants et producteurs artisans membres.

Cet outil permet d'accéder aux coordonnées de tous les membres du collectif: producteurs, artisans, restaurateurs, à travers toute une série de critères (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 chaque filière
- ✓ D'affiner la sélection des candidats et évaluer les membres sous contrôle

Ainsi, sur le site et l'espace membre, chaque Producteur Artisan est distingué par son métier précis. Par exemple dans la filière viande, l'on retrouve les métiers: éleveur, abatteur, négociant, artisan boucher, artisan charcutier.



Yannick MAURICE

Micromégas

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

« Nous utilisons cet espace sur trois aspects: d'une part, pour l'organisation d'événements, 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 Clotilde Brown, d'Hollybel, 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.

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 ».



UN SITE INTERNET EN CONSTANTE ÉVOLUTION : UN SITE PRATIQUE, VÉRITABLE VITRINE DE L'ARTISANAT CULINAIRE DE QUALITÉ ET DE SA DIVERSITÉ

- 69 Le site du Collège Culinaire de France se veut toujours plus performant. Il 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 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>

Pour le grand public comme pour les professionnels, le site met à disposition de tous ceux qui souhaitent devenir acteur de cette démarche les actualités et outils pratiques du collectif:

- ✓ La carte interactive: un outil simple et intuitif permet de géolocaliser en un clic l'ensemble des 3000 artisans qui composent le collectif: <https://college-culinaire-de-france.fr>
- ✓ Le Garde-Manger qui répertorie plus de 500 boutiques en ligne, en direct de producteurs artisans de qualité, réparties en 24 catégories de produits.
- ✓ La rubrique Agenda qui met en lumière tous les évènements qui s'organisent sur l'ensemble du territoire.

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.

DES ÉVÉNEMENTS TOUTE L'ANNÉE ET PARTOUT EN FRANCE



Au cours des 10 dernières années, le Collège Culinaire de France a mené de nombreuses 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 reproducibles dans le temps et sur tout le territoire.

ECOSYSTEME CCF	INTERNE CCF		TOUS PUBLICS
GRA	Café d'intégration	Apéro discussion JER	Marché Complice
Evènements dans les écoles hôtelières	Journée d'Immersion	JEN	Diner Complice
			Marché des Ravitailleurs

La grande rencontre annuelle

Au fur et à mesure des années, cette manifestation est devenue un rendez-vous incontournable et privilégié pour tous les Artisans Militants de la Qualité membres 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.

Valeurs ajoutées pour les membres:

Depuis 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 de la coopération dans les territoires
- ✓ 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.



CARACTÉRISTIQUES

B to B

Créé en 2015

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event)

1000 à 2000 participants

À destination
des membres
et de l'écosystème

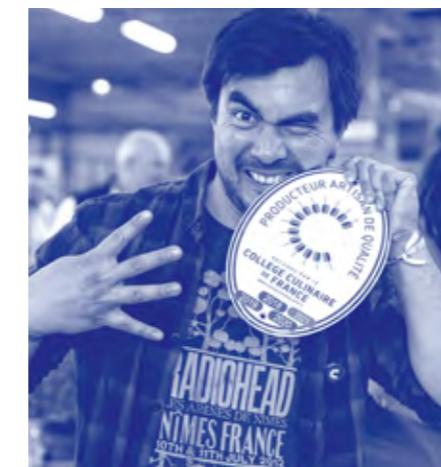
Territoire
national

Quelques chiffres

Contribution annuelle de 30€HT/membre depuis 2019

Périodicité

Annuelle
Tous les 1^{ers} lundis d'octobre



Évènements dans les écoles hôtelières

Depuis juin 2018, le Collège Culinaire de France contribue à responsabiliser les élèves d'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.

En 2021, le Collège Culinaire de France a élargi 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. 9 établissements ont été en phase d'observation pendant 1 an, selon un cahier des charges établi conjointement avec le Collège Culinaire de France.

Valeurs ajoutées pour les membres:

Cela permet de sensibiliser les écoles 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.



CARACTÉRISTIQUES

B to B

Créé en 2018

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event)

Participants
Différents selon chaque établissement

À destination
des élèves d'écoles hôtelières & membres artisans militants

Territoire
régional

Quelques chiffres
14 écoles ont signé la charte de saisonnalités à ce jour

8 écoles intègrent officiellement le collectif en septembre 2022

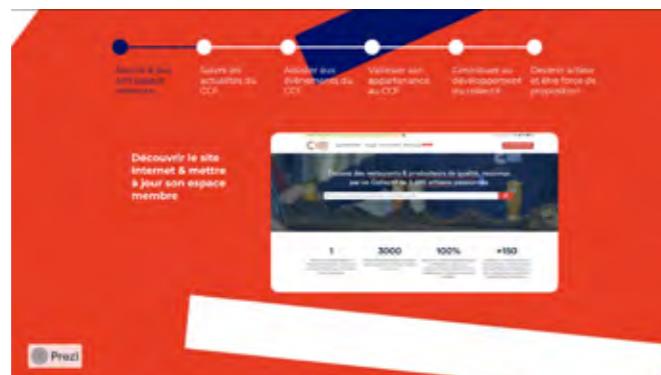
Périodicité
1 fois par an
dans chaque école

Café d'intégration

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 (1h de réunion sur Zoom).

Valeurs ajoutées pour les membres:

- ✓ En savoir plus sur le Collège Culinaire de France
- ✓ Découvrir tous les outils disponibles
- ✓ Être tenu informé des prochains événements



CARACTÉRISTIQUES

B to B

Créé en 2020

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event)

15 à 50 participants

À destination des nouveaux membres

Territoire national

Quelques chiffres

34 Cafés d'intégration depuis juillet 2020

Péodicité

Mensuelle

Tous les 2nd mercredis du mois

Apéro discussion

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 informels appelés 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 partager de bonnes pratiques, faire le point sur les actualités du collectif jusqu'à envisager de futures actions de coopération.

Valeurs ajoutées pour les membres:

- ✓ Rencontrer les membres du territoire
- ✓ Faire le point sur les actualités du CCF
- ✓ Echanger autour de leurs initiatives
- ✓ Connaître les actions & événements à mettre en place
- ✓ Discuter autour de bons produits



CARACTÉRISTIQUES

B to B

Créé en 2019

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event & Réseau) avec l'appui d'un relais régional

15 à 55 participants

À destination des membres et autres professionnels

Territoire régional

Quelques chiffres

En 2022, de janvier à juillet:
11 Apéros discussions
225 participants

Péodicité
1 à 2 fois par mois



Emmanuel VOLLE

Sallèles, Auvergne Rhône Alpes
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2015

Référent - GAEC Emmanuel et Marion (Auvergne)

« Ce format d'apéros discussions éclate le format de réunion classique et permet de mettre tout le monde au même niveau. Évidemment on y rencontre plein de gens et on y découvre plein de produits de qualité, mais cela permet surtout d'y identifier les éléments moteurs d'un territoire. Ce format est efficace pour aller plus loin, pour fédérer les membres et créer une vraie dynamique territoriale. En Auvergne, nous en avons organisé 3. Il ne faut pas hésiter à en organiser plusieurs dans une même région, l'intérêt étant de penser par territoire de relation pour engager de vraies relations entre membres artisans. »

Journée en 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.

Valeurs ajoutées pour les membres:

- ✓ Vivre une expérience humaine enrichissante
- ✓ Découvrir le métier d'autres artisans
- ✓ Partager un moment convivial hors de votre quotidien
- ✓ Disposer d'une histoire artisanale à partager avec ses équipes et/ou ses clients
- ✓ Faire le point sur le collectif et ses actualités
- ✓ Faire découvrir ses savoir-faire à travers la dégustation des produits



Benat MOITY
Benat Fromager

Saint-Jean-de-Luz, Nouvelle-Aquitaine
« Producteur Artisan de Qualité » depuis 2015



CARACTÉRISTIQUES

B to B

Créé en 2020

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event & Réseau) avec l'appui d'un relais régional

10 à 20 participants

À destination
des membres et autres professionnels

Territoire
régional

Quelques chiffres

En 2022, de janvier à juillet:
11 Journées en immersion
79 participants

Péodicité
1 à 2 fois par mois

Journée d'échanges nationale

Le Collège Culinaire de France organise à plusieurs reprises dans l'année des Journées d'Echanges Nationales à Paris. Au cœur du concept de la Haute Valeur Relationnelle (HVR), elles permettent de réunir des producteurs et des restaurateurs de toute la France, de les connecter et de les faire travailler ensemble sur des problématiques communes.

Valeurs ajoutées pour les membres:

- ✓ S'approprier en petit comité la philosophie, le positionnement et les valeurs comportementales du Collège Culinaire de France et de l'Appellation.
- ✓ Devenir un relai militant ayant la volonté de s'impliquer dans la construction et le développement du mouvement.
- ✓ Repérer les initiatives performantes et les best practices susceptibles d'être mutualisées à l'ensemble de l'Appellation.
- ✓ Créer du lien réel et non virtuel avec d'autres membres Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité.



CARACTÉRISTIQUES

B to B

Créé en 2019

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event)

30 participants

À destination
des membres

Territoire
national

Quelques chiffres

29 Journées d'Echanges Nationales
600 participants

Péodicité

2 à 3 fois par an



Marché Complice

Sous l'impulsion de l'un de ses membres, Omar ABODIB (Restaurant Domaine St Clair à Etretat), le Collège Culinaire de France a lancé un autre moment de convivialité en 2017 : les Marchés Complices.

Au fur et à mesure, les Marchés Complices sont devenus un véritable concept à part entière : un lieu de modification de la culture professionnelle et du grand public, où les valeurs clés du collectif, de transparence, de saisonnalité et de coopération, prennent tout leur sens.

Valeurs ajoutées pour les membres:

- ✓ Faire connaître les valeurs du Collège Culinaire de France auprès du grand public et les sensibiliser au projet dans une ambiance conviviale
- ✓ Incarner la chaîne de la qualité en impliquant le consommateur
- ✓ Illustrer la diversité des métiers de l'artisanat culinaire et des produits associés
- ✓ Faire découvrir le patrimoine culinaire artisanal du territoire
- ✓ Vendre et valoriser leurs produits, leurs savoir-faire mais aussi de potentielles cocréations avec d'autres membres.



CARACTÉRISTIQUES

B to C

Créé en 2017

Organisé par l'équipe CCF (Com/Event)

750 à 4200 participants

À destination
du Grand Public

Territoire
régional

Quelques chiffres

Depuis 2017:
10 Marchés Complices
4 régions différentes

Péodicité

1 x par an/dans
chaque territoire

Territoires couverts en 2022:
Angers, Amboise, Le Havre,
St Jean de Luz

De nouveaux territoires
en cours d'ouverture
pour fin 2022 et 2023

Dîner Complice

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.

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.

Valeurs ajoutées pour les membres:

- ✓ 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

CARACTÉRISTIQUES

B to C

Créé en 2017

Organisé par le membre avec
le soutien de l'équipe du CCF

Participants

Dépend de la capacité
d'accueil du membre

À destination

du Grand Public

Territoire

régional

Quelques chiffres

65 membres en ont organisé
226 membres y ont participé

Péodicité

Aléatoire



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. »



Marché 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 mettent à disposition leur établissement pour proposer à d'autres membres de 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 facilite 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.

Valeurs ajoutées pour les membres :

- ✓ S'engager dans un projet commun et qui a du sens
- ✓ Soutenir l'artisanat et valoriser vos savoir-faire
- ✓ Déployer un nouveau circuit de distribution
- ✓ Partager un moment convivial avec d'autres membres
- ✓ Et maintenir ce lien fondamental avec ses clients



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. »



CARACTÉRISTIQUES

B to C

Créé en 2021

Organisé par le membre avec le soutien de l'équipe du CCF

Participants
dépend de la capacité du lieu d'accueil

À destination
du Grand Public

Territoire
régional

Quelques chiffres
15 établissements ont accueilli 251 marchés de ravitailleurs

Périodicité
aléatoire



LE BAROMÈTRE

Pour suivre au plus près l'évolution de la relation des citoyens-clients aux restaurants et leurs écosystèmes, le Collège Culinaire de France a lancé un baromètre.

Chaque année, ce sondage permet d'interpeller le grand public sur ses habitudes de consommation pour le convaincre que l'artisanat est l'alternative durable à l'industrialisation de l'alimentation.

Ces chiffres permettent également de confirmer la position de référence du Collège Culinaire de France en soutenant d'informations réelles les prises de position du collectif.

Se reporter pour plus d'informations chiffrées et pratiques à la page 29.



LA NEWSLETTER

Envoyée chaque début de 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
- ✓ Suivre les dernières actions du Collège Culinaire de France
- ✓ 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.



LE CARNET D'INSPIRATION

80

Créé en 2020 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



MÉDIAS

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.

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.

Valorisation à travers les médias locaux

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.

Exemple de retombée dans un média local:

Menton

Ode à l'artisanat et aux producteurs du secteur

À l'initiative de Luisa Delpiano Inversi – référente au Collège culinaire de France – une rencontre était organisée, lundi, pour permettre aux membres locaux du collectif d'échanger et collaborer.

Les restaurateurs et producteurs du Collège culinaire de France avaient rendez-vous à la villa Maria Serena, lundi soir, pour un premier apéro discussion entre membres du collectif (indépendant), défenseur du patrimoine culinaire artisanal. Accueillis par des élèves du lycée hôtelier Paul-Valéry, les professionnels venus de toute la région Sud⁽¹⁾ ont ainsi pu faire connaître leurs produits aux autres. Et poser les jalons de coopérations futures.

Spécificité française

« Merci à tous les producteurs. Si je suis arrivé où je suis, c'est grâce à beaucoup d'entre vous. Vous m'avez apporté un soutien moral et économique que je n'oublierai jamais », introduit le chef du Mirazu, Mauro Colagreco, référant au CCF. Ajoutant que le monde entier a beaucoup regorgé de bonnes cuisines, la France continue à avoir quelque chose de spécial. « Ce sont les producteurs qui font la différence. C'est pourquoi il faut continuer à nous protéger et nous mettre en valeur. »

À ses côtés, Célia Tunc, secrétaire générale du Collège culinaire de France, opine.

« Notre vraie mission, c'est



Les membres régionaux du CCF ont pu poser les jalons de coopérations futures.

(Photo A.R.)

Salon des saveurs

« Nous avons la chance à Menton et dans la Riviera française d'avoir des personnalités de grand talent. On sera toujours là pour vous aider », assure le président de la Carf, Yves Jubel. Rappelant son souhait d'accompagner toujours plus les producteurs qui ne sont pas mis en avant. Deux manifestations prévues en novembre permettront ainsi aux membres du CCF d'être mis à l'honneur. Les 12 et 13, un Salon des saveurs sera en effet organisé à Menton, en liaison avec Mauro Colagreco. Suivi d'un salon du chocolat.

de faire notre métier ! Savoir utiliser plutôt que de pleurer à la TV... »

ALICE ROUSSELOT

(1) À Menton, le Collège culinaire de France compte sept membres. Pasta Piemonte, le Mirazu, les Pâtes, l'Huile Saint Michel, Cœurs d'Art, la Maison Herbin, et le Jardin des amicales.

de défendre cette diversité face à l'industrialisation. Aujourd'hui, 80 % de la cuisine est industrialisée en France. Persuadée que les échanges donnent des pistes de solutions. « Ces deux dernières années où beaucoup d'énergie a été donnée, de nombreuses idées sont venues de la coopération », poursuit la responsable. Rappelant que les référents du CCF – Mauro Colagreco, Luisa Delpiano Inversi et les frères Tourteaux – les aident à identifier des talents susceptibles de grossir les rangs du Collège.

« On commence à avoir également des lycées hôteliers qui entrent. Car la transmission

est indispensable, pour la valorisation des produits, mais aussi en termes de savoir-vivre. »

Alors qu'une petite musique monte, affirmant qu'il est aujourd'hui difficile d'embarquer dans le milieu, Célia Tunc renverse le débat. « Il faut donner envie aux gens

de faire notre métier ! Savoir utiliser plutôt que de pleurer à la TV... »

ALICE ROUSSELOT

(1) À Menton, le Collège culinaire de France compte sept membres. Pasta Piemonte, le Mirazu, les Pâtes, l'Huile Saint Michel, Cœurs d'Art, la Maison Herbin, et le Jardin des amicales.

Reconnaissance d'un dur labeur pour les « collégiens »

Pour eux, le Collège culinaire de France, c'est...

« Un critère de qualité et de fierté. On a travaillé dur pour être là. » Marlon, L'Egléfin à Forcalquier.

« Quand on cherche un produit, cela permet de trouver un produit de qualité. Les clients ont besoin d'être rassurés. » Thomas, Olive et artichaut, à Nice.

« Une reconnaissance de notre travail. Il faut sept jours entre la réception des fèves et la sortie d'une plaque. » Géraldine, la Manufacture Duplanteur à Grasse.

« C'est un gage de qualité. On travaille avec le cœur, sans jours de repos. » Eric, producteur de volailles à Pierlas.

« On travaille avec beaucoup de producteurs du CCF. C'est intéressant de pouvoir échanger sur l'expérience, la manière de travailler la matière première. » Sébastien, nou-

gatier dans les Bouches-du-Rhône.

« Il y a un côté conférence, famille, même si on ne se connaît pas tous. L'essai de faire des collaborations, et notamment des petites séries pour certains établissements. Des chefs utilisent par ailleurs mes drôches pour faire des tailles sur un dessert, des biscuits apéros. » Sophie, brasserie B06 à Antibes.

« Il y a une grande collaboration avec les autres producteurs du Collège. On travaille par exemple avec un chocolatier. » Pierre, la Maison de la vodka à Aix-en-Provence.

« J'aime le Collège culinaire de France pour son esprit d'association et la passion qui nous anime tous. » Jean-Claude, Maison Herbin à Menton.

« Cela permet de rencontrer des producteurs. Nous ne faisons pas de profit en faisant partie pour les

personne qui le fait pousser. Au CCF, nous avons des valeurs partagées. Et quand les siennes nous disent d'être réalistes et d'arrêter, la plaque permet de garder le cap... » Joris, Riviera kombucha à Grasse.

« Les mentalités ont évolué. Il y a 15-20 ans, les restaurateurs restaient dans les sentiers battus. Ils ne voulaient que du loup, de la dorade et du saumon. Maintenant, ils sont plus téméraires et font connaître des goûts différents. Quand on mange bien on ne peut pas revenir en arrière : d'où l'intérêt de sensibiliser les enfants. » Cyril, Les Pêcheires à Menton.

« C'est une chance que j'ai pris du temps à comprendre. On a tout essayé : grande distribution, épicerie, circuit court... Je sais aujourd'hui que nous sommes là où on doit être. C'est le bon chemin pour maintenir nos emplois. » Benoit, nougatier à Ollioules.

« Nous avons à cœur de proposer des produits de qualité. On a tout pu grossir, l'occasion s'est présentée, mais nous n'avons pas fait ce choix. Le CCF nous correspond. » Estelle, La Brasserie berroise à Berre-les-Alpes.

« C'est l'intérêt du tissage, des liens qui se créent. » Daphné, Chez Daphné à Cantaillon.

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 intéressés et soutenu. 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.



L'EDITION

82

Rappel des prises de positions médiatiques marquantes des 10 dernières années

Chaque année, en fonction de l'actualité, le Collège Culinaire de France n'hésite pas à prendre position dans des médias nationaux pour éclairer et changer les comportements individuels.

LE PARISIEN, MARS 2022 - « Le restaurant doit se réinventer pour restaurer le lien social »

L'industrialisation et la standardisation alimentaire ont, au fil des dernières décennies, laminé nos goûts et nos esprits. Plus rien en France, ne semble faire obstacle à la colonisation du modèle industriel du mal manger. Sous le vocable « restaurant » beaucoup d'établissements ne commercialisent, en toute légalité, que des plats tout préparés et simplement réchauffés.... De nouveaux modèles de restauration... sans restaurant se multiplient. Doit-on abdiquer du plaisir et de l'importance de se restaurer ?

<https://www.leparisien.fr/bien-manger/le-restaurant-doit-se-reinventer-pour-restaurer-le-lien-social-04-03-2022-K45AJD-V4JZE57BIPOBXQWA7GG4.php>

EUROPE 1, MARS 2021 - « Nos astuces pour ne plus faire ses courses au supermarché »

Pour pallier l'annulation des marchés de producteurs fin 2021, le Collège Culinaire de France a créé une nouvelle rubrique sur son site répertoriant les 500 boutiques en ligne de ses Producteurs Artisans de Qualité et favorisant ainsi la relation directe. Solution digitale désormais pérenne, le collectif continue de la promouvoir tout au long de l'année auprès des médias nationaux.

<https://www.europe1.fr/societe/nos-astuces-pour-ne-plus-faire-ses-courses-au-supermarche-4026193>

LE PARISIEN, MARS 2021 - « Neuf Français sur dix prêts à aller plus souvent au restaurant quand ils auront rouvert »

Le Collège Culinaire de France a interrogé la population française sur sa vision du restaurant et de son écosystème, à travers une étude engagée en janvier 2021 par un institut de sondage indépendant. Pour suivre au plus près l'évolution de cette relation des citoyens-clients aux restaurants, le Collège Culinaire de France a décidé de mettre en place un baromètre annuel.

<https://www.leparisien.fr/bien-manger/neuf-francais-sur-dix-prets-a-aller-plus-souvent-au-restaurant-quand-ils-auront-rouvert-19-03-2021-JZJF34CYP5CUNDRJSVTL47WIIE.php>

LE PARISIEN, FÉVRIER 2021 - « Un dessert à la framboise pour la Saint-Valentin ? C'est comme faire du ski en été ! »

A l'occasion de l'ouverture de son Appellation de Qualité aux artisans pâtissiers boutiques, le Collège Culinaire de France a souhaité interpeller l'opinion publique en faisant réagir sur l'omniprésence des fruits rouges sur les pâtisseries au moment de la St Valentin.

<https://www.leparisien.fr/bien-manger/un-dessert-a-la-framboise-pour-la-saint-valentin-c'est-comme-faire-du-ski-en-ete-10-02-2021-8424259.php>

FIGARO VOX/TRIBUNE, NOV 2020

« Développons une juste coopération entre tous les acteurs de la chaîne alimentaire »

La disparition annoncée de nombreux petits restaurateurs risque de favoriser la domination des grands groupes alimentaires, analyse Christian Regouby. Face aux dangers que cela poserait pour notre santé et celle de la planète, il appelle ceux qui ont le plus profité de cette crise à tendre la main aux restaurateurs en difficulté.

<https://www.lefigaro.fr/vox/societe/developpons-une-juste-cooperation-entre-tous-les-acteurs-de-la-chaine-alimentaire-20201118>

LE FIGARO, AVRIL 2020

« Monsieur le Président, les chefs vous demandent de rouvrir les restaurants ! »

Le Collège Culinaire de France a rédigé et diffusé une lettre ouverte au Président de la République parue dans le Figaro pour demander la réouverture des restaurants. Celle-ci a eu notamment pour objectif de positionner le Collège Culinaire de France afin de faire partie des institutions présentes aux réunions de concertation du gouvernement en présence d'acteurs du secteur pour préparer le déconfinement de la restauration.

LE MONDE, JUILLET 2019 - « Un restaurant n'est pas un débit de nourriture »

Tribune contre une application de Uber Eats permettant de manger dans un restaurant sans entrer en relation avec un serveur. C'est à dire commander un plat à retirer soi-même et avoir la possibilité de s'installer à une table sans avoir à s'adresser au serveur. Pour le Collège Culinaire de France le mot restaurant doit signifier « se restaurer » à tous les sens du terme et pas simplement se remplir l'estomac dans un débit de nourriture.

LE MONDE, SEPTEMBRE 2018

« Pour recruter des restaurateurs, rendons le métier passionnant ! »

Surmonter le manque de professionnels dans la restauration n'est possible qu'à travers une meilleure connaissance de ce métier passionnant. Cela passe par l'échange d'expériences et de mises en valeurs réciproques entre les maillons de la chaîne qui mène de la terre à l'assiette de nourriture.

LE FIGARO, MARS 2017 « Le pouvoir du citoyen est dans l'assiette »

A l'occasion de la sortie du livre « Manger est un acte citoyen » Alain Ducasse et Christian Regouby proposent de placer la gastronomie au cœur d'un combat philosophique et politique.

PARUTIONS MULTI-SUPPORTS, SEPTEMBRE 2016 - Campagne saisonnalité

Afin de faire connaître la spécificité des restaurants et producteurs du Collège Culinaire de France, le collectif a mené pendant une année une campagne sur la saisonnalité à travers différents médias nationaux.

LE MONDE, AVRIL 2015 « Des projets de loi sur la restauration inapplicables »

A l'occasion de la sortie du livre « Manger est un acte citoyen » Alain Ducasse et Christian Regouby proposent de placer la gastronomie au cœur d'un combat philosophique et politique.

LE MONDE, JUILLET 2014 - « Les grands chefs étrangers sont tous formés en France »

Alain Ducasse et Joël Robuchon rappellent l'influence internationale de la gastronomie française, considérée comme la première école de cuisine au monde. Ils en décrivent les fondamentaux en termes de position géographique, de diversité des terroirs et des produits, de techniques et de

savoir-faire singuliers. Ils mettent en valeur son ouverture au monde et ses racines d'artisanat culinaire dans chaque ville et chaque village de France qu'il illustre l'Appellation des Restaurants et Producteurs artisans de Qualité du Collège Culinaire de France.



OUVRAGES LIÉS AU COLLÈGE CULINAIRE DE FRANCE

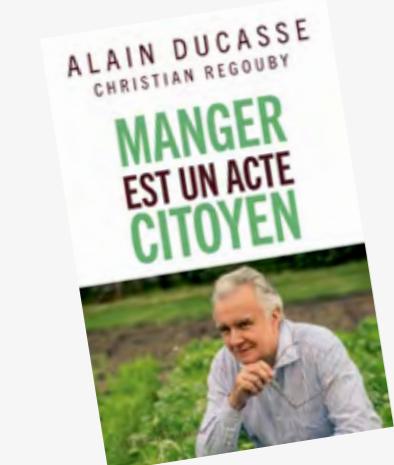
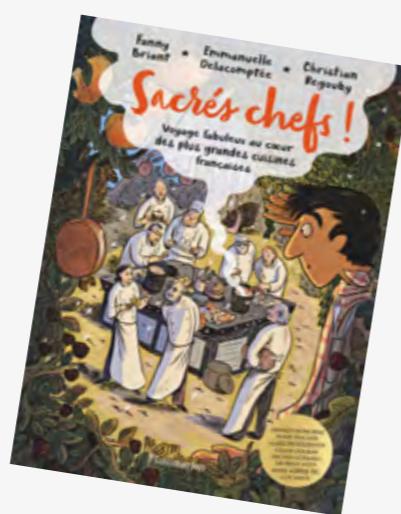
SACRES CHEFS!

Flammarion (Janvier 2021)

Emmanuelle DELACOMPTE, Fanny BRILLANT et Christian REGOUBY

Co-écrite par Emmanuelle Delacomptée et Christian Regouby, mise en images par Fanny Briant, et parue en janvier 2021 aux éditions Flammarion, cette joyeuse BD ouvre les univers passionnantes qui se cachent derrière les étoiles éblouissantes et les jeux du cirque médiatique, et révèle l'essentiel des histoires singulières de chaque chef, derrière le miroir des images et de la notoriété.

Ce livre fait apparaître, au fil des pages, que le chef n'est en fait que la face émergée de l'iceberg. Il n'existe que par l'amour des produits de la terre et de la mer qu'il cuisine. Il ne peut s'inscrire dans la durée que par la relation humaine profonde et la passion partagée qu'il entretient avec celles et ceux qui les produisent. L'excellence ne s'obtient qu'avec les autres.



MANGER EST UN ACTE CITOYEN

Les liens qui libèrent (2017)

Alain DUCASSE et Christian REGOUBY

Le livre « Manger est un acte citoyen » co-écrit par Alain DUCASSE et Christian REGOUBY sorti en mars 2017, et traduit en anglais, en espagnol et en italien, aux Editions Les Liens qui Libèrent, a reçu un accueil très favorable et productif d'un grand nombre de membres du réseau en résonnance avec les combats menés par l'association. La mise en valeur du Collège Culinaire de France à l'intérieur du livre ainsi que les interventions et retombées médiatiques ont été l'occasion d'expliquer et de communiquer sur les messages essentiels et différenciants du Collège Culinaire de France et de son Appellation de Qualité.





L'alternative d'une culture et d'un système d'avenir de l'artisanat et de la diversité culinaires 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.

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 même 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.

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

- ✓ S'engager dans un projet commun et qui a du sens
- ✓ Partager un moment convivial avec d'autres membres
- ✓ Soutenir l'artisanat et valoriser vos savoir-faire
- ✓ Et maintenir ce lien fondamental avec ses clients
- ✓ Déployer un nouveau circuit de distribution

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

Ce renversement révélé par le COVID, avait été engagé par le Collège Culinaire de France, depuis sa création. Par-delà les bouleversements qui génèrent le Covid et les incertitudes de son évolution, cette pandémie d'un nouveau genre a ouvert un changement d'échelle et un horizon élargi. l'avenir de l'humanité.

Écosystème en relation directe

Nous développons un écosystème autour du Collège Culinaire de France pour contribuer à son déploiement et à 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 en synergie avec les équipes et les membres du collectif. 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 d'Artisans Militants de la Qualité qui sous-tend et soutient sa conception de la vie et de l'avenir de l'artisanat et de la diversité culinaires.

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, expliquée 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 Le pouvoir du citoyen est dans l'assiette

Association loi de 1901 créée en 2017
www.manger-citoyen.org

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 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.

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.

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 un peu plus de 2500 adhérents.

La Fondation Gastronomie Humaniste - Institut de France

Démocratiser et écologiser le bien manger

Fondation d'utilité publique créée en 2019
www.gastronomie-humaniste.org

90

91

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 résonnance 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.

La Fondation Gastronomie Humaniste - Institut de France et l'association Manger Citoyen lancent les Tablées Citoyennes

L'initiative des Tablées citoyennes est née d'un collectif de citoyens emmené par Christian Regouby, délégué général du Collège Culinaire de France, directeur de l'association Manger Citoyen et directeur général de la Fondation Gastronomie humaniste.

Le principe est de réunir, localement, dans toutes les régions de France, des citoyens autour d'une tablée et d'un repas constitué de produits locaux de saisons pour:

- ✓ contribuer à mieux se connaître dans la convivialité
- ✓ se poser des questions, en toute transparence, sur ce que manger veut dire
- ✓ échanger et décider d'agir sur des sujets de société, dont on n'a pas l'occasion de parler, mais qui concernent chacun de nous dans la proximité de nos vies, de nos enfants, de notre quotidien...

C'est un projet d'envergure nationale qui concerne toutes les régions de France.

Il sera progressivement déployé sur tout le territoire national d'ici le mois de décembre 2022.

Plusieurs Tablées Citoyennes pilotes expérimentent déjà cette approche innovante en France.

Qu'est-ce qu'une Tablée citoyenne ?

C'est un endroit où l'on mange ensemble.

Apprendre ce que manger veut dire.

C'est un endroit où l'on va échanger et débattre

Apprendre à s'écouter pour s'entendre.

C'est un endroit où l'on va traiter un sujet de proximité qui nous concerne.

Apprendre à identifier ce sur quoi on peut réfléchir et agir sur notre territoire

L'objectif de chaque Tablée est:

- ✓ De passer un bon moment, de s'intéresser à l'autre, de s'écouter, mieux se connaître, et produire des idées /projets d'actions à partir d'un thème donné.

- ✓ De remonter sur la plateforme des Tablées citoyennes ce que chaque Tablée aura produit pour créer un vivier commun d'actions citoyennes au niveau local, national et européen sur les territoires, nourri par tous, au profit de chacun.

Utilisable en totale transversalité par n'importe quelle entité, la tablée citoyenne apporte un nouvel espace d'expression et d'action démocratique, accessible à tous et contributif d'une redynamisation de la démocratie dans l'intérêt de chacun et de tous. Elle est un support de mobilisation et d'action à la portée de chaque citoyen dans le plaisir de la convivialité et dans sa responsabilité d'acteur sociétal.



Manger Citoyen

Le Glocal Culinary College

Pour une planétisation de l'approche glociale de l'artisanat et de la diversité culinaires

Lancé en 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, a été le premier pays à nous solliciter pour déployer ce projet dès le mois de mai 2022. Un grand nombre de pays, comme le Japon, possède un patrimoine culinaire artisanale 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.

Se reporter aussi à la fiche projet page 27.



**Glocal
Culinary
College**

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.

21.000 personnes employées.

Plus de **600 associations**.

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 » 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 permettent 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 (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.

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 exemples:

- ✓ Année de la Gastronomie
- ✓ Forum de France de la Gastronomie
- ✓ Paris Local
- ✓ Parcours d'Excellence Culinaire





Amélioration continue

C'est l'état d'esprit et l'engagement d'un membre du Collège Culinaire de France pour progresser sur la mise en œuvre des valeurs dans ses pratiques.

Apéro ou café discussion

Les apéros ou les cafés discussions visent à réunir de façon informelle les membres d'une même région, d'un même département ou arrondissement afin de favoriser la création de nouveaux liens, de nouvelles collaborations.

Appellation de qualité

Une reconnaissance par le Collège Culinaire de France de l'engagement d'un Artisan Militant de la Qualité (restaurant-producteur-artisan-école professionnelle de la diversité culinaire).

Artisan

En aucun cas un label certifiant des produits.

Un artisan se distingue d'un industriel par les critères suivants :

- ✓ Il maîtrise et est présent à tous les stades de la chaîne de fabrication.
- ✓ 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.

Artisans Militants de la Qualité

Des hommes et des femmes de métiers qui s'engagent activement à construire une alternative face à l'industrialisation et à la standardisation de la production, de la restauration et de l'alimentation, pour construire le monde pour lequel et dans lequel ils veulent vivre.

Artisanat

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.

Café d'Intégration

Réunion mensuelle en visioconférence avec les nouveaux membres du Collège Culinaire de France pour leur expliquer les fondamentaux, les outils à leur disposition et répondre à leurs questions.

Café de (Re)connexion

Organisé en marge du déplacement de l'équipe opérationnelle du 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.

Carnet d'inspiration

Le Carnet d'Inspiration a pour objectif d'éveiller, de sensibiliser et d'inspirer les artisans militants grâce à la compilation de suggestions pratiques et expérimentées par les membres.

CCF

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 en alternative à l'industrialisation de la restauration et à la standardisation alimentaire.

CESV

Comité Éthique de Sélection des vignerons

Chaîne de la Qualité

Celle qui relie, sur une même vision, dans une chaîne humaine de qualité, de la terre et de la mer à l'assiette les producteurs et artisans, les équipes de cuisine, les équipes en salle, les élèves apprentis et les clients.

Circuit court

Pour le Collège Culinaire de France, le circuit court n'est pas qu'une question de distance, c'est surtout un engagement de proximité relationnelle induisant la coopération. Il ne s'agit pas d'avoir le moins d'intermédiaires possible mais que chaque maillon apporte une valeur ajoutée mesurable.

Coopération

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 et une synergie d'expériences vécues, dans le cadre d'une confiance acquise à partir d'une vision et de valeurs communes.

Se référer au dossier spécial page 28 de l'édition 2021

Comité d'Experts

Experts bénévoles sollicités sur différents sujets au fil des besoins (experts filières produits, santé, digital, économie...).

Contrôle

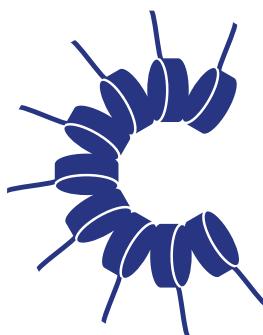
La crédibilité du Collège Culinaire de France repose sur la qualité de ses membres. Au-delà du contrôle permanent sur l'évaluation d'une amélioration continue effective par les référents régionaux, une procédure spécifique de contrôle est déclenchée dès qu'un membre fait l'objet d'un commentaire critique.

CRIO	Comité de Réflexion et d'Innovation Opérationnel. Organe central de gouvernance, de débats et de décision du Collège Culinaire de France. La participation au CRIO est ouverte à tout membre qui souhaite s'engager et donner du temps pour apporter sa contribution productive et constructive, sous condition d'adhésion préalable à la vision, aux valeurs et comportements qui constituent d'ADN du Collège Culinaire de France.
Curseur d'engagement	Symbolisé par une jauge sur chaque fiche de membre sur le site. Ce curseur permet d'identifier avec combien d'autres membres du collectif collabore chaque artisan militant.
Dîner complice	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.
Diversité	Celles des membres, des identités, des cultures, des produits, des cuisines, dès lors qu'elles 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).
Économie de la Qualité	Pour le Collège Culinaire de France une économie de la qualité est une économie basée sur la coopération: créer de la valeur économique à partir d'un système de relation humaine productive, un modèle relationnel créateur de valeur humaine, économique et écologique.
Écosystème	Un écosystème est un ensemble formé par une communauté d'êtres vivants en interaction avec son environnement. Les composants de l'écosystème développent un dense réseau de relations de dépendances, d'échanges d'énergie, d'information et de contenus permettant le maintien et le développement de la vie
Éligibilité	Savoir-faire et savoir-être compatibles avec les valeurs et la démarche que défendent les membres du Collège Culinaire de France.
Espace membre	Espace digital exclusivement réservé aux membres du Collège Culinaire de France avec la possibilité de mettre à jour leur fiche publique, d'effectuer des recherches affinées d'artisans membres du réseau, de disposer de solutions pratiques, etc.
Expérience client	Pour le Collège Culinaire de France, l'expérience client n'est pas un concept marketing. C'est la capacité d'un Artisan Militant à partager sa singularité avec le client final. Plus le client repart en ayant compris l'identité et la singularité de l'artisan plus l'expérience client est réussie.
Fondateurs	Les fondateurs ont été 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.
Fournisseur	Ce mot ne fait pas partie du langage du Collège Culinaire de France. Largement utilisé dans l'industrie et la distribution agro-alimentaire il réduit l'identité d'un artisan à un objet de négociation et de soumission commerciale. Au Collège Culinaire de France chaque membre est désigné par son identité métier.
Garde-Manger	Rubrique du site internet du Collège Culinaire de France qui répertorie plus de 500 boutiques en ligne de Producteurs Artisans de Qualité, réparties en 24 catégories.
Gastronomie	Pour le Collège Culinaire de France c'est: <i>« 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 »</i> Brillat Savarin.
Glocal	En complément la définition sociétale portée par la Fondation Gastronomie Humaniste: <i>« La gastronomie est un humanisme, avenir philosophique et politique d'une civilisation de l'empathie. Son ambition est de démocratiser et d'écologiser le bien manger. »</i>
GRA	Une vision globale et une action locale. Grande Rencontre Annuelle des membres et de l'écosystème du Collège Culinaire de France.

Gouvernance	Dispositif permettant d'assurer la coordination des parties prenantes de l'organisation du Collège Culinaire de France, de stimuler leurs synergies et de prendre des décisions pour la piloter.
HVR	Anciennement appelé Haute Qualité Relationnelle. Le mot valeur signifie « création de valeur » humaine mais aussi économique rentable.
Haute Valeur Relationnelle	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.
Immersion (journée d')	Événement organisé par les membres avec le soutien du Collège Culinaire de France 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.
Indépendance	C'est la condition de la liberté pour le Collège Culinaire de France uniquement financé par les cotisations de ses membres.
Interdépendance	Dépendance mutuelle, besoins réciproques, qui impliquent coopération, interaction et complémentarité. Seule l'interdépendance permet d'accéder à l'autonomie.
JEN	Journée d'Echanges Nationale à Paris entre Artisans Militants de la Qualité.
JER	Journée d'Echanges Régionale entre Artisans Militants de la Qualité.
Marché complice	Événement grand public organisé par le Collège Culinaire de France avec le soutien des membres permettant de découvrir les Restaurants de Qualité et Producteurs Artisans de Qualité de son territoire.
PAQ	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, élèves apprentis et clients, qui conjugue savoir-faire et savoir-être.
Producteur Artisan de Qualité	L'appellation reconnaît une personne dans son métier et sa démarche, et non des produits.
Prix	La qualité a un prix. Celui qui permet au producteur, à l'artisan d'en vivre. Ce prix ne se discute pas. La non qualité a un coût. 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.
Projet Artisanal	Au Collège Culinaire de France, chaque artisan militant est singulier et doit être en mesure de définir et partager son projet artisanal.
Qualité	Celui-ci doit donner des informations clés sur l'Artisan: savoir qui il est, d'où il parle, sa singularité, ses points forts, ses axes d'améliorations et son écosystème avec il est en lien direct le tout dans son Territoire qu'il aura lui-même défini.
Règles comportementales	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 industriel, normé et calibré.
Référent	Elles permettent de mettre en œuvre la HVR entre les membres: la bienveillance, la curiosité et la générosité. Artisan Militant de la Qualité, le référent joue un rôle de relais régional des valeurs et messages du Collège Culinaire de France. Il est impliqué dans la sélection et le contrôle des membres.
	Au cœur des territoires, chaque référent est un activateur de la cohésion, du déploiement et du maillage du Collège Culinaire de France avec son environnement de proximité.

RQ	Au-delà d'un lieu physique, le Restaurant 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.
Savoir-être	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.
Savoir-faire	Le savoir-faire est la clé de toute artisan; il est le témoin de la transmission et de l'expérience par le temps. Néanmoins pour le Collège Culinaire de France, il est insuffisant pour garantir une démarche artisanale de Qualité. En effet le savoir-faire n'a d'impact que s'il est associé au savoir-être.
Saisonnalité	Repère symbolique, culturel et réel d'un produit frais de qualité dont seul le producteur est garant.
Sélection	La crédibilité du Collège Culinaire de France repose sur la qualité de la relation entre ses membres. Il importe ainsi de sélectionner les candidats de façon rigoureuse selon un process impliquant les référents régionaux, le CRIQ appuyé éventuellement par des experts, et l'unanimité des chefs fondateurs in fine. La sélection repose sur des critères objectivement mesurables.
TaskForce	Groupe de travail composé de plusieurs membres pour mener à bien un projet ou une réflexion.
Territoires	Pour le Collège Culinaire de France, le territoire est d'abord celui que l'on se crée. Il se définit comme une zone d'influence et d'actions pour développer les valeurs et pratiques de l'artisanat culinaire et sa diversité. Chacun détient sa propre boussole pour construire et élargir son propre territoire.
Transparence	Se reporter pour plus d'informations chiffrées et pratiques à la page 36.
Valeur ajoutée	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.

Les photos présentées dans ce rapport annuel ont été prises par Stéphanie Biteur, Le Photographe du Dimanche, Pepa Sion et Aline Gérard.



le Collège Culinaire de France

64 rue du Ranelagh
75016 Paris

contact@college-culinaire-de-france.fr
01 44 90 50 81
college-culinaire-de-france.fr



#CollegeCulinairedeFrance
#RestaurantdeQualité
#ProducteurArtisan de Qualité

carnetdinspiration-ccf.squarespace.com