



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 28 février 2017

Stratégie RSE Elior s'engage aux côtés de Mr.Goodfish à promouvoir les ressources halieutiques responsables

Elior et Mr.Goodfish ont signé aujourd'hui une convention de partenariat visant à renforcer l'offre de poissons issus de la pêche responsable dans les restaurants d'Elior en France. En s'associant à Mr.Goodfish, Elior confirme son engagement à préserver la biodiversité en adaptant ses approvisionnements en ressources halieutiques à l'évolution des écosystèmes marins et aux recommandations des parties prenantes expertes. C'est dans les restaurants d'Arpège, la marque d'Elior Group spécialiste de la restauration haut de gamme en entreprise, que cette démarche sera testée.

Le programme européen Mr.Goodfish a pour but de sensibiliser le public et les professionnels à la consommation durable des produits de la mer. Chaque saison, le programme publie une liste de produits de la mer conseillés par des spécialistes en ressources marines, et vise ainsi à rendre le public acteur de la préservation des ressources halieutiques.

Les restaurants d'Arpège s'engagent, aux côtés du programme Mr.Goodfish, à :

- Proposer une fois par semaine à leurs convives un produit recommandé par Mr.Goodfish. Ces produits respectent les trois critères essentiels que sont la saison, la taille de consommation (c'est-à-dire la taille à laquelle le poisson a pu se reproduire au moins une fois) et l'état du stock dans chaque zone de pêche donnée,
- Sensibiliser l'ensemble de leurs convives à la consommation de poissons issus de la pêche responsable : faire découvrir des poissons et des produits de la mer originaux et délicieux, varier les recettes et les espèces proposées,
- Impliquer leurs cuisiniers dans la valorisation de poissons moins connus et dans la sensibilisation des convives.

Pour Jean-Philippe Quérard, directeur général délégué en charge de l'offre, des achats et de l'innovation d'Elior France, « *ce partenariat avec Mr.Goodfish vient appuyer la stratégie RSE du Groupe et notre ambition de respecter la biodiversité. Notre volonté est à la fois de sensibiliser nos convives et nos collaborateurs aux enjeux environnementaux et de cuisiner et sublimer des produits différents et de saison pour nos convives* ».

« *En informant les clients au sein de leurs restaurants, mais également en sensibilisant leurs partenaires distributeurs, le partenariat avec Elior engage l'ensemble des maillons de la filière produits de la mer* », explique Philippe Vallette, co-président du Réseau Océan Mondial et directeur général de NAUSICAA.

« *Ce partenariat entre Mr.Goodfish et Elior permet aux consommateurs de découvrir de nouvelles espèces et de leur donner envie d'acheter des produits de la mer de saison, plus respectueux de l'environnement* », ajoute Florence Huron, coordinatrice nationale du programme Mr.Goodfish.

Ce partenariat entre Elior et Mr.Goodfish s'inscrit dans le cadre du Positive Foodprint Plan™ d'Elior Group, dont le but est de laisser une empreinte alimentaire positive d'ici 2025, avec quatre objectifs :

- Objectif n° 1 : 100 % des convives Elior Group seront à même de choisir des aliments sains et bons.

eliorgroup.com

@Elior_Group

#TimeSavored

@Mr_Goodfish

@PlaneteNAUSICAA

- Objectif n° 2 : 10 des principales filières de produits utilisées par le Groupe répondront à des critères d'approvisionnement durable et local. Les trois premières filières d'approvisionnements durables annoncées par le Groupe sont les œufs, l'huile de palme et les ressources halieutiques.
- Objectif n° 3 : 100 % des déchets alimentaires seront valorisés.
- Objectif n° 4 : 70 % des managers du Groupe seront issus de promotions internes afin de contribuer à leur développement et à la diversité.

Depuis dix ans, Elior Group a mis en œuvre une démarche d'achats responsables visant à préserver la biodiversité marine. En France, le Groupe a été membre fondateur de la Responsible Fishing Alliance. Il a cessé d'acheter certaines espèces de poisson fragilisées, dont la plupart des espèces de requins, et a centralisé ces recommandations dans un guide à destination des directeurs de ses restaurants. Le Groupe a également interdit l'achat de poissons sauvages en provenance de la mer Baltique en raison de l'intensité de l'activité industrielle de cette zone et de l'accumulation de molécules chimiques cancérigènes faisant l'objet de polémiques (dioxines et PCB). Au Royaume-Uni, Elior ne sert que des poissons appartenant à une liste approuvée par la Marine Conservation Society et a supprimé 19 espèces de poissons de ses menus.

À propos de Mr.Goodfish

Lancé en mars 2010, en France par NAUSICAA, Centre National de la Mer, en Italie par l'Acquario di Genova et en Espagne par l'Aquarium Finisterrae, le programme européen Mr.Goodfish a pour but de sensibiliser le public et les professionnels à la consommation durable des produits de la mer. Le programme vise à rendre le public acteur pour la préservation des ressources marines en publiant, chaque saison, une liste de produits de la mer conseillés par des spécialistes en ressources halieutiques. Le but de cette démarche est de préserver les stocks de produits de la mer fragilisés en consommant d'autres stocks disponibles en abondance. Ainsi, si chaque Français consommait une espèce conseillée par Mr.Goodfish simplement une fois par an, ce sont 18 000 tonnes d'espèces menacées qui pourraient être sauvegardées.
« *Bien choisir son poisson, c'est bon pour la mer, c'est bon pour vous* ». Le site www.mrgoodfish.com permet aux visiteurs de connaître la liste des produits de la mer conseillés pour la saison, propose des recettes simples élaborées par de grands chefs et permet également de retrouver toutes les actualités de Mr.Goodfish.

Contact presse NAUSICAA/Mr.Goodfish

Ingrid PICQUART – communication@nausicaa.fr / +33 3 21 30 99 99

À propos d'Elior Group

Créé en 1991, Elior Group, un des leaders mondiaux de la restauration et des services, est aujourd'hui le restaurateur de référence dans le monde de l'entreprise, de l'enseignement et de la santé, ainsi que dans l'univers du voyage. Désormais présent dans 15 pays, le Groupe a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 5 896 millions d'euros. Ses 120 000 collaborateurs accueillent chaque jour 4,4 millions de clients dans 23 000 restaurants et points de vente. Leur mission est de prendre soin de chacun grâce à des solutions de restauration et des services personnalisés pour une expérience consommateur innovante. Particulièrement attentif à sa responsabilité sociétale, Elior Group est adhérent au Global Compact des Nations unies depuis 2004. L'exigence professionnelle de ses équipes, leur engagement quotidien pour la qualité et l'innovation, et leur attachement à proposer un moment privilégié s'expriment dans la signature « Time savored ».

Pour plus de renseignements : <http://www.eliorgroup.com> Elior Group sur Twitter : [@Elior_Group](https://twitter.com/Elior_Group)

Contacts presse

Inès Perrier – ines.perrier@eliorgroup.com / +33 (0)1 71 06 70 60

Anne-Laure Sanguinetti – anne-laure.sanguinetti@eliorgroup.com / +33 (0)1 71 06 70 57

Contacts investisseurs

Marie de Scorbiac – marie.descorbiac@eliorgroup.com / +33 (0) 1 71 06 70 13