



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 15 mai 2018

# Stratégie RSE Elior France renforce son engagement aux côtés de Mr.Goodfish pour promouvoir une pêche responsable

Depuis la signature du partenariat entre Mr.Goodfish et Elior France en 2017, une année de collaboration entre les équipes en cuisine et un panel de convives a été nécessaire pour élaborer des recettes variées et responsables avec des produits de la mer estampillés Mr.Goodfish. Désormais, chaque mercredi, dans les restaurants d'Arpège, la marque haut de gamme d'Elior en entreprise, 50 000 convives sont sensibilisés à la préservation des ressources halieutiques et peuvent déguster des poissons et des produits de la mer originaux.

Le programme Mr.Goodfish a pour but de sensibiliser en Europe 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, afin de rendre les consommateurs acteurs de la préservation des ressources halieutiques. Ces produits respectent les trois critères essentiels que sont la saison (en dehors du/des pics de reproduction de l'espèce), 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 de la ressource (en fonction des sous-zones de pêche).

En s'associant à Mr.Goodfish, Arpège 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.

*« En informant les convives au sein des restaurants, et en sensibilisant les partenaires distributeurs, Arpège et Mr.Goodfish mobilisent 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.



Après une phase de test dans six restaurants pilotes d'Arpège, le partenariat s'est progressivement étendu afin d'impliquer au mieux les équipes en cuisine dans cette démarche, tout en s'assurant de l'appétence des convives pour ces espèces oubliées ou méconnues.

Pour ce faire, six chefs Arpège ont travaillé la plie, le maquereau, le merlu, le hareng et le lieu noir aux côtés d'un meilleur ouvrier de France poissonnier. Un panel de convives a ensuite dégusté puis validé ces recettes créées spécialement autour des poissons recommandés par Mr.Goodfish. À l'issue de ce test, le filet de plie poêlé au beurre avec sa julienne de pommes Granny Smith et le maquereau à la sauce norvégienne ont été plébiscités par les convives, et se retrouvent désormais au menu des 98 restaurants d'Arpège.

L'association entre l'expertise culinaire d'Arpège et celle de Mr.Goodfish concernant les produits de la mer permet de créer des recettes mettant en valeur le goût et les qualités nutritionnelles des produits Mr.Goodfish.

[eliorgroup.com](http://eliorgroup.com)



La préparation du maquereau, poisson se déplaçant en bancs et présent en grande quantité dans les océans, nécessite par exemple une attention particulière lors de la cuisson, car une trop forte chaleur risquerait de détruire les oméga-3, nutriment dont le maquereau est très riche. Les recettes sont également adaptées à différentes espèces en fonction de l'arrivage et de la disponibilité des poissons, à l'instar de la plie dont la saisonnalité est très forte.

Frédéric Lepape, directeur général d'Arpège : « Depuis plus d'une année, nous mettons les saveurs d'une pêche durable à l'honneur auprès de nos chefs comme de nos convives. 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 ».

---

#### 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 16 pays, le Groupe a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 6 422 millions d'euros. Ses 127 000 collaborateurs et collaboratrices accueillent chaque jour 5,5 millions de convives dans 25 000 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, dont il a atteint le niveau *advanced* en 2015. 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](mailto:ines.perrier@eliorgroup.com) / +33 (0) 1 71 06 70 60  
Anne-Laure Sanguinetti – [anne-laure.sanguinetti@eliorgroup.com](mailto:anne-laure.sanguinetti@eliorgroup.com) / +33 (0) 1 71 06 70 57

#### Contact investisseurs

Marie de Scorbiac – [marie.desorbiac@eliorgroup.com](mailto:marie.desorbiac@eliorgroup.com) / +33 (0) 1 70 06 70 13

---

#### 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](http://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](mailto:communication@nausicaa.fr) / +33 3 21 30 99 99

[eliorgroup.com](http://eliorgroup.com)

@Elior\_Group

#TimeSavored

@Mr\_Goodfish

@PlaneteNAUSICAA