histoire.*s* de goûts *demain*

pour une alimentation
& un tourisme durables

Manifeste

Le réchauffement climatique s'accélère (l'objectif de le limiter à + 1,5°C en 2100 est une illusion à l'aune des efforts consentis aujourd'hui), nous assistons à un **effondrement de la biodiversité** (75% des semences ont été détruites depuis 1970, 35% des espèces pêchées sont en voie de disparition), la **démographie continue de progresser,** de manière exponentielle (la population mondiale tend vers les 9 milliards en 2050) et nous avons la **responsabilité** d'en assurer la sécurité alimentaire. Notre modèle économique est in-soutenable à long terme car il contribue largement à ces changements ; **les secteurs de l'alimentation et du tourisme sont directement concernés**. C'est un constat aujourd'hui largement partagé mais rien ne semble changer - assez vite ! Pourtant, les manifestation récente d'intérêt pour une transition écologique accélérée ne manquent pas : prises de parole lors de la dernière campagne présidentielle (Appel au droit à bien-manger par Olivier Roellinger, Manger est un acte citoyen par Alain Ducasse), Etats généraux de l'alimentation, livre blanc de la gastronomie responsable…
Mais ce sont souvent les initiatives de particuliers qui sont les plus dynamiques, telles que certains ouvrages à succès (Ça commence par moi, Julien Vidal), la mobilisation récente des influenceurs digitaux (#onestpret) ou les restaurants « modèles » qui inspirent les jeunes entrepreneurs.

Dans notre exercice professionnel et nos activités d'enseignement, nous nous rendons compte que nombreux sont les acteurs qui ne manquent pas de motivation mais se retrouvent **démunis face à la complexité du changement nécessaire.** Un changement qui demande **une révolution copernicienne, associant expertise technique et approches holistique et organique de son organisation.** Nous proposons de les accompagner avec simplicité.

Mission(s)

Pour cela, nous souhaitons :

1. Faciliter l'accès à la connaissance culturelle, scientifique et professionnelle pour susciter des vocations
2. Accompagner les acteurs d'une alimentation, d'une restauration et d'un tourisme durables dans leur transition écologique
3. Evangéliser les professionnels du secteurs, en arrêtant d'opposer durable et rentable
4. Valoriser les initiatives vertueuses pour contribuer au rayonnement de la Bretagne et de la France comme territoires d'initiatives responsables

Valeurs

- **Authenticité & naturalité** : Notre engagement pour une alimentation, une restauration et un tourisme durables nous amène naturellement à nous inscrire dans une quête d'authenticité et de naturalité garanties une forte conscience écologique partagée, une volonté de préserver l'environnement et de construire pour les générations futures.
- **Enthousiasme et créativité** : Malgré des constats souvent alarmants, il est encore temps d'agir ! Nous sommes enthousiastes face au dynamisme des jeunes générations qui se battent pour un monde plus juste, et plus vert. Nous pensons que cette énergie peut être mise à profit d'une créativité génératrice d'innovations vertueuses.
- **Responsabilité et transmission** : Nos missions de production et de transmission de connaissance induit inévitablement une responsabilité sociétale forte. Nous avons à la fois la responsabilité de transmettre ce que nous savons, de partager les réussites d'autres pour inspirer de futurs entrepreneurs, et la responsabilité de construire des programmes de qualité.

Super Nature retreat

Virginie de Saint-Quentin

Actions

Un projet, trois actions

- Un **institut collaboratif de l'alimentation et du tourisme durables**
    - Des **formations** professionnelles, online, expérientielles et transformatives
    - Des conférences, **expériences apprenantes** et *workshops* pour le grand public
- Une **revue** de la cuisine nature
  associant vulgarisation scientifique, art de vivre et entrepreneuriat
- Une **recherche-action** engagée
  pour mesurer et qualifier la création de valeur d'un engagement durable

Nos publics

1. **Les territoires -** qui sont conscients de l'urgence à agir mais ne savent pas toujours comment valoriser les initiatives existantes et développer les comportements écologiques (#marketing social)
2. **Les producteurs et marques engagés -** qui oeuvrent au quotidien pour une alimentation durable mais rencontrent trop de difficultés (financières, personnelles, physiques) qui les empêchent de transformer la valeur de leur travail.
3. **Les chefs et restaurateurs -** qui ont peu de temps mais sont engagés et conscients de leur rôle d'ambassadeur auprès des leurs équipes et de leurs clients. Ils ont besoin d'aide pour établir des priorités (tendances, stratégie digitale, marketing stratégique)
4. **Les acteurs du tourisme -** qui comprennent les opportunités qu'offrent une territoire culinaire dynamique pour attirer des visiteurs, mais ont besoin d'être accompagnés pour repenser leurs offres (marketing territorial)

Nos formations professionnelles

Voici les thématiques centrales qui seront abordées par Histoire(s) de Goûts demain dans ses formations. Un cluster d'experts permettra d'enrichir ces contenus.

- Tendances, prospective, enjeux nutritionnels et comportement du consommateur
- Communication responsable (digitale), valorisation du patrimoine, valeurs et identité de marque, stratégie d'influence
- Gestion de l'expérience et de la relation client : bienveillance et enchantement du client
- Valoriser ma démarche durable : investissements indispensables et rentables et/ou frugalité ?
- 10 étapes simple pour un repas responsable
- Design de marque durable : graphisme, architecture, design d'espace, set design

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
néo-
conser
vateur
Vergers de Saint Quentin

Un cluster d'experts

Histoire(s) de Goûts, demain, sera le fruit de la rencontre d'experts des métiers de la restauration et du tourisme, au service d'une vision à la fois durable et joyeuse. **Scientifiques, consultants, architectes, designers, producteurs, chefs, nutritionnistes**… c'est le croisement de leurs regards qui permettra de développer de la connaissance et de construire des formations à la fois ciblées et multi-modales.

Les experts introduits ci-dessous partagent nos valeurs et manifestent de l'intérêt pour ce projet, ils sont présentés à titre indicatif. Des réunions de travail commenceront en septembre 2019, elles sont ouvertes à toute personne et/ou organisation intéressée par la réflexion et la transmission autour de nos objectifs communs.

- *Elodie Dumas et Augustin Decaux,* Wunder **architectes** : architectes DPLG, spécialisés dans la conception de restaurants et d'hôtels (Grand-Ouest-Paris)
- *Charlotte Bellamy* : **chercheur en histoire** de l'alimentation à l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS), experte en valorisation du patrimoine
- *Maud Torre Vatinel,* Baroudeuse culinaire : cuisinière, **community manager** et instagrameuse spécialisée dans la cuisine de voyage et la cuisine végétale
- *Sylvie Thoby* : **nutritionniste** indépendant, consultant à la Chaîne Alimentaire de la Chambre de Commerce d'Ille et Vilaine
- *Matthieu Delaune et Michel Germond*, Foodtech.space : experts **foodtech**, économie circulaire, marketing numérique, stratégie digitale et affaires publiques
- *Julien Vey,* Institut de Design : **directeur de création** de l'Atelier Belle Lurette (Paris-Bretagne), expert en design thinking et entrepreneuriat, président de l'institut de design de Saint-Malo
- *Adrien et Claire Poirier,* l'Amante Verte : **producteurs** engagés dans le développement durable et solidaire, membres du collège culinaire de France, diplômée de Sciences Po Lille
- *Magali Molla et Jean-François Arbona*, C-weed : **biologiste** marin, ingénieur en aqua-culture, producteurs d'algues alimentaires à Saint-Suliac
- *Adélaïde et Grégory Perissel,* les Deux Sardines : **restaurateurs** au service de la valorisation des ressources halieutiques, pêche durable, cuisine des algues, cueillette sauvage…

« Bon pour soi, bon pour la planète, bon pour l'environnement »

La fondatrice

Virginie est docteur en socio-marketing culinaire. Sa thèse a été récompensée par le prix AREA (association de recherche en économie agroalimentaire) 2018 à **AgroParisTech**. Elle est par ailleurs diplômée de **Sciences Po Rennes** et en **arts appliqués**. Professeure associée à **FERRANDI** Paris, intervenante extérieure (grandes écoles de commerce, de design, ou de sciences Po), Virginie est également entrepreneur et consultant depuis 2012 : l'expertise d'Histoire(s) de Goûts s'adresse aux foodpreneurs (chefs, restaurateurs, producteurs, marques), aux territoires, et aux acteurs d'un tourisme durable.

Sa connaissance du métier commence à sa naissance, littéralement « plongée dans la marmite » dès le plus jeune âge, dans une institution étoilée engagée dans le développement durable. Elle découvre ensuite la stratégie d'entreprise et la communication (Euro RSCG Havas), collabore avec le grand chef Yannick Alléno***, participe aux trois premières années du Centre Culinaire Contemporain et rejoint finalement les équipes de FERRANDI Paris, l'école de gastronomie.

Une expérience de conseil en marketing et communication

Une expérience de **6 ans d'accompagnement** à l'entrepreneuriat et à la création de marque qui sera mise à profit de formations et actions de sensibilisation adaptées au secteur.

- 10+ restaurants lancés (Rennes, Saint-Malo, Paris)
- 10+ producteurs et marques alimentaires boostés (Bretagne, Paris)
- 6 acteurs du territoire accompagnés (CCI Ille et Vilaine, BDI, promoteurs, CCF, CCC, CESER)
- Des restaurants éphémères à succès, associant plus de 20 chefs, producteurs et restaurateurs, accueillant plus de 1000 convives

Une capacité à accompagner les acteurs du bien-manger, tout en construisant un discours et une communauté aux valeurs communes directrices.

www.histoiresdegouts-agence.com

LE GRAND LIVRE DU MARKETING CULINAIRE, 2019, éditions Dunod

L'alimentation et la restauration, emmenées par des transformations sociétales, écologiques et digitales, sont en pleine mutation. En quête d'authenticité, de créativité ou de succès, les entrepreneurs sont nombreux à se lancer dans le monde passionnant de la food. Ce livre vous donne les clés d'une **stratégie marketing et innovation à la fois durable et rentable**.

Vous découvrirez ainsi:

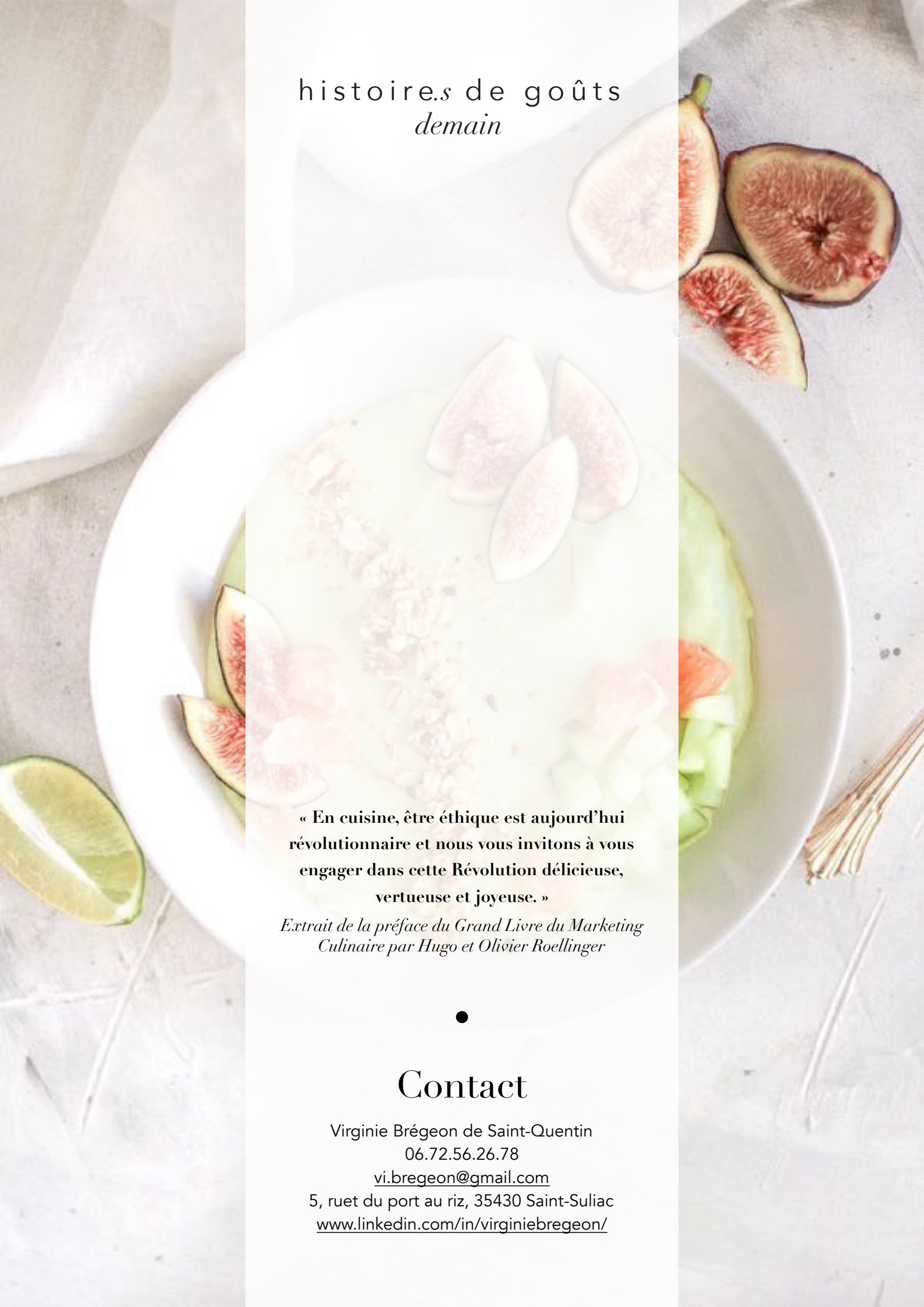
- Le monde de la *food*: alimentation, restauration et culinarité, tendances et prospective
- Les fondamentaux de la sociologie, du marketing et du design culinaires
- Le branding et le design de marque appliqué aux restaurants, aux *foodservices* et aux concepts alimentaires
- Les opportunités apportées par les transitions numériques et écologiques (*foodtech* et alimentation durable)
- Les grands principes permettant de créer, développer et promouvoir un concept food.

Co-écrit avec Brian Lemercier, en partenariat avec FERRANDI Paris, sortie en mai 2019
Témoignages et expertises de + de 20 experts et agences.

THÈSE DE DOCTORAT, 2017

Lauréat du **prix de thèse** de l'Association de Recherche en Economie Agroalimentaire (AREA), remis à AgroParisTech en 2018.
Un mix design expérientiel-culinarité au service du ravissement du consommateur, soutenue en 2017 à Rennes 1, dans le cadre de l'École doctorale Sciences de l'homme, des organisations et de la société (Rennes), en partenariat avec l'Université Bretagne Loire (ComuE) et le Centre de recherches sur l'action politique en Europe (Rennes) (laboratoire), et sous la direction de Christine Petr.
Virginie continue ses ***recherches pour une promotion joyeuse du bien-manger par la culinarité, le bien-être du consommateur et les expériences apprenantes.***

histoire.*s* de goûts
demain



« En cuisine, être éthique est aujourd'hui révolutionnaire et nous vous invitons à vous engager dans cette Révolution délicieuse, vertueuse et joyeuse. »

Extrait de la préface du Grand Livre du Marketing Culinaire par Hugo et Olivier Roellinger

•

Contact

Virginie Brégeon de Saint-Quentin
06.72.56.26.78
vi.bregeon@gmail.com
5, ruet du port au riz, 35430 Saint-Suliac
www.linkedin.com/in/virginiebregeon/