

Ce bulletin vous est offert avec le soutien du [Partenariat canadien pour l'agriculture](#). Il présente de bonnes pratiques observées ailleurs dans le monde, des analyses de stratégies d'autres destinations et un résumé d'étude pour vous aider à déceler les tendances et à trouver des façons d'innover dans la conception, la gestion et la mise en marché de vos produits et services.

BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE D'OFFRE CULINAIRE AUTOCHTONE

1. La bière artisanale, un outil de mise en valeur de la culture autochtone

Aux États-Unis, le nombre de microbrasseries fondées par des communautés autochtones connaît une véritable hausse depuis la dernière année. Pour les membres de la jeune génération, la production brassicole représente une opportunité de préserver et de partager leur culture ancestrale.

Cette transmission passe par l'ensemble des étapes du processus, incluant le salon de dégustation, l'identité visuelle de la marque, le nom des bières et le liquide lui-même. Un exemple évocateur : la [microbrasserie Bow & Arrow](#). La bière est brassée à même la réserve et résulte d'un mélange de plantes sauvages indigènes, telles que le sureau et le citron Meyer, qui poussent dans les boisés avoisinants. Au salon de dégustation, les clients peuvent admirer des murales peintes par des artistes autochtones. De plus, la conception visuelle de la bière Denim Tux fait directement référence à la toute première entreprise de denim fondée par une personne issue des Premières Nations.



Source : [Thrillist.com](#)

Source de l'image : [Bow & Arrow Brewing Co.](#)

2. La bannique, ambassadrice du savoir culinaire

En Colombie-Britannique, l'accès à la nourriture traditionnelle dans les restaurants représente un réel défi au sein des communautés autochtones. Cette situation s'explique notamment par les nombreuses normes alimentaires auxquelles les ingrédients, principalement d'origine sauvage, doivent répondre avant d'être commercialisés. Une spécialité parvient toutefois à se frayer un chemin sur les menus des établissements : la bannique.



La chef Inez Cook la met d'ailleurs en valeur dans son restaurant [Salmon n' Bannock](#), l'unique table gastronomique fondée par une personne issue des Premières Nations à Vancouver. Elle la cuisine entre autres sous forme de craquelins pour accompagner une mousse de saumon ou encore garnie de champignons sautés, de brie et d'un tartare de bison. La bannique est aussi partie intégrante du menu du [Quaaout Lodge and Spa](#).

L'intégration de la bannique favorise la transmission du savoir culinaire autochtone de génération en génération. Or, du chemin reste à faire pour les autres plats. Inez Cook suggère une piste de solution qui mérite réflexion : pourquoi ne pas exiger au moins une cuisine traditionnelle commerciale au sein de chaque communauté ?

Source : [Thrillist.com](#)

OENOTOURISME

1. Des vignobles réinventent l'expérience de dégustation de vin

Quatre vignobles de la vallée de Napa aux États-Unis font preuve d'originalité pour renouveler l'expérience vécue par le visiteur. Ils profitent de lieux insolites, de thématiques peu communes ou allient la dégustation à une activité de plein air. De quoi inspirer les entrepreneurs agrotouristiques à sortir des sentiers battus !

1. Le [Jarvis Estate Winery](#) a ouvert un salon de dégustation souterrain afin de préserver le paysage naturel du lieu. On y entend même le bruit des chutes avoisinantes ;

2. [Inglenook](#) propose un retour dans le temps avec sa longue entrée bordée d'arbres et des décorations mettant en valeur les objets de collection du propriétaire, dont d'anciennes bobines de film. On peut également y consulter de nombreux livres, jeux et œuvres d'art qui garnissent la bibliothèque à l'architecture gothique ;



3. [The Terraces](#) offre à ses visiteurs d'explorer la propriété de 120 acres à vélo. Lors de leur excursion, les clientèles parcourent les vergers de pommes qui servent à la production de cidre, visitent un bâtiment historique puis se rendent enfin au salon de dégustation ;

4. Le [Shadybrook Estate Winery](#) met habilement en valeur l'origine du lieu. Lors de l'achat du vignoble, les propriétaires apprirent qu'on y avait autrefois élevé des chevaux de course et de rodéo primés. Ainsi, ils offrent aujourd'hui à leurs visiteurs une promenade

équestre à travers le vignoble.

Source : [Afar.com](https://www.afar.com)

2. Rajeunir la clientèle oenotouristique par des séjours expérientiels

Le voyageur américain Dharma offrira dorénavant des voyages expérientiels en petits groupes (maximum 12 personnes) à caractère oenotouristique : les [Spirited Stories tours](#).



L'objectif de l'entreprise est d'attirer une clientèle plus jeune, soit les millénariaux et la Génération Z. Lors de ces circuits d'une durée de 3 à 6 jours, les voyageurs pourront découvrir la culture locale à travers les vins et spiritueux typiques de la destination, notamment le whiskey en Irlande, le bourbon au Kentucky et les vins en Toscane. Ce projet est le fruit d'un partenariat avec [Pernod-Ricard](#), l'un des plus importants distributeurs de vins et spiritueux au monde.

Le réseau de distribution peut ainsi représenter un précieux canal pour valoriser l'offre agrotouristique d'une destination. Les entreprises touristiques qui souhaitent accueillir des groupes organisés ou des clientèles hors Québec ont avantage à envisager une telle démarche. En ce sens, les associations touristiques régionales et l'[ARF-Québec](#) proposent, pour la plupart, des outils et du support.

Sources : [Travel Weekly](#)
[Spirited stories travel](#)

BONS COUPS

1. Tastet lance une carte interactive avec géolocalisation

Le site Web [Tastet](#) se veut être un guide de bonnes adresses où manger. En octobre dernier, il ajoute une corde à son arc : une carte interactive utilisant la géolocalisation pour recommander les tables à proximité. En s'y abonnant annuellement pour la somme de 10\$, les utilisateurs profitent d'une banque comptant plus de 900 des meilleurs établissements dans les régions de Montréal, Québec, Charlevoix, des Laurentides et des Cantons-de-l'Est. Les recherches peuvent être filtrées en fonction du type de commerce (bar à vin, boulangerie, crèmerie, sandwicherie ...) et par occasion (brunch, collation, souper...). Une option « ouvert maintenant » est aussi disponible pour répondre aux besoins spontanés.



Cette nouvelle carte représente une opportunité de visibilité entièrement gratuite pour les restaurateurs du Québec. Ceux qui le souhaitent peuvent s'inscrire sur la [liste](#) des adresses à essayer. Les membres de l'équipe évaluent ensuite la pertinence de leur intégration au

3

site à l'aide d'une grille d'analyse, dont les critères sont : le décor, le service, le menu, le rapport qualité-prix, le personnel, l'ambiance et le côté unique de l'endroit.

Sources : [La Presse](#)
[Tastet](#)

2. Les expériences mixtes en agrotourisme

De nombreuses entreprises utilisent les produits locaux et la gastronomie pour compléter leur offre touristique. Ce phénomène s'inscrit dans l'une des tendances de l'heure : celle des expériences mixtes.



Un premier exemple est celui du site Web [Farm to Wellness Retreats](#). Ce dernier dresse la liste des établissements de bien-être (spas et centres de villégiature)

ayant une touche de terroir. Pour y figurer, ils doivent répondre à l'un de ces critères :

- Disposer d'un jardin, d'une ferme ou d'un vignoble ;
- Offrir un menu dont les ingrédients proviennent directement d'une ferme locale ;
- Proposer des produits de soin conçus à base d'ingrédients naturels.

De son côté, la [Art Gallery of New South Wales](#) en Australie allie expérience muséale et découverte gastronomique autochtone. Au cœur de la galerie d'art, les visiteurs peuvent choisir l'un des nombreux prêts à emporter préparés avec des ingrédients issus du patrimoine culinaire autochtone. Les gestionnaires ont fait appel à la chef autochtone Aunty Beryl Van-Oploo pour l'élaboration du menu.

Sources : [Travel Daily News](#)
[Art Gallery NSW](#)
[Farm to Wellness Retreats](#)

Source de l'image : [Pexels](#)

3. Des chocolateries se mettent au développement durable

À l'international comme au Québec, des chocolatiers adaptent leurs processus de fabrication aux principes du développement durable. Voici quelques pratiques accessibles aux grandes et aux petites entreprises du secteur.

1. Au Togo, l'entreprise [ChocoTogo](#) s'approvisionne directement auprès des fermiers de l'Union nationale des producteurs de cacao, principalement composée de fermes familiales, dont la taille varie d'un à deux hectares. Une partie des profits de la chocolaterie finance des projets communautaires, tels que la construction d'écoles ou l'installation de panneaux solaires.

2. Dans l'État américain de l'Utah, la chocolaterie artisanale [Ritual Chocolate](#) adopte une confection de type « Bean-to-Bar ». Cette méthode est toute désignée dans les régions où le climat ne permet pas la culture du cacao. Elle consiste à fabriquer le chocolat à partir de la fève de cacao, plutôt que de le faire fondre et tempérer à nouveau. On s'assure ainsi de la provenance éthique des ingrédients.

3. Ce procédé est également privilégié à la chocolaterie montréalaise [Choco de Léa](#). L'entreprise québécoise se démarque sur plusieurs plans en termes de développement durable. Elle priorise l'approvisionnement éthique en collaborant directement avec les cultivateurs de cacao. De plus, les fournisseurs sont soigneusement sélectionnés. Par exemple, le fournisseur de sucre pratique l'agriculture biologique, est carboneutre et crée des zones de protection de la biodiversité.

4. La [Chocolaterie Fays](#), située dans la région d'Oka, fait preuve de créativité en utilisant uniquement des produits du terroir et issus de l'agriculture locale pour donner de la saveur à ses chocolats fins. Il s'agit d'un moyen peu commun de mettre en valeur l'offre agroalimentaire québécoise.



Sources : [Food Thank](#)
[Afar.com](#)

Source de l'image : [Pexels](#)

TENDANCES EN RESTAURATION – COMPTE RENDU DU SIAL 2022

Le texte qui suit est issu de contenus présentés lors du Salon International de l'Alimentation de Paris (SIAL). Depuis 50 ans, le SIAL réunit tous les deux ans différentes parties prenantes du secteur de l'alimentation (producteurs, importateurs, acheteurs, détaillants et associations indépendantes) d'Europe. L'événement mène à des débats et des échanges sur les grandes tendances qui façonneront l'agrotourisme et le tourisme gourmand. Un compte rendu de l'édition d'octobre 2022 est disponible dans un [livre blanc](#) téléchargeable gratuitement. Les données présentées proviennent d'études menées auprès de consommateurs originaires de cinq pays : le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France, l'Espagne et l'Italie.

1. Les quatre grandes tendances alimentaires

Les consommateurs européens accordent de plus en plus une valeur aux **actions écoresponsables** mises en place dans les établissements de restauration. En avril 2022, 69 % des clientèles interrogées souhaitaient que les restaurants prennent davantage en compte les sujets liés au développement durable. Ceci représente une hausse de 16 % par rapport à octobre 2021. Selon les consommateurs, l'utilisation de produits locaux (31,2 %) et la diminution du gaspillage alimentaire (29,9 %) sont les marqueurs les plus importants de l'engagement des restaurateurs dans une démarche durable.

La clientèle recherche également de plus en plus à **manger sainement**. En effet, plus de la moitié des consommateurs européens sondés sont attentifs aux ingrédients avant de sélectionner leur plat au restaurant. On remarque aussi une diminution de la consommation de protéines animales ; pour certains il s'agit d'un moyen de réduire leurs dépenses alimentaires.

Depuis les deux dernières années, manger occupe une part importante du **plaisir**. On observe aussi une montée en puissance de l'engagement sociétal dans les choix alimentaires. Ceci vient influencer positivement l'émotion de plaisir telle qu'on la connaît ; prendre des décisions utiles et responsables serait donc un nouveau vecteur de bonheur.

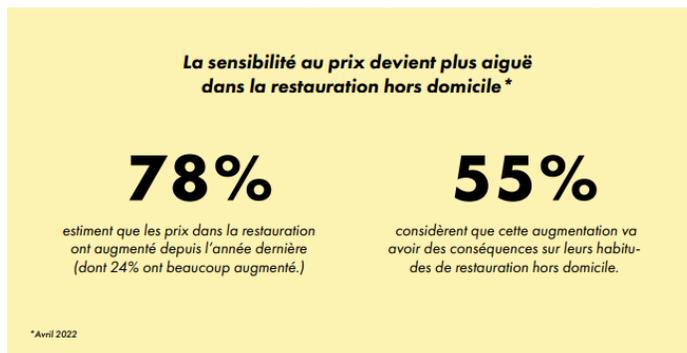
Mieux manger, plus sain et plus responsable*



*Source : Étude EU Big 5, Avril 2022

Le **numérique** a fait ses preuves. Le nombre de commandes en ligne a triplé entre 2019 et 2022. Cette tendance restera d'actualité en 2023 et dans les années à venir. Il faut dire que le télétravail a modifié les habitudes de fréquentation des restaurants : les gens y mangent de moins en moins en semaine et passent des commandes à différents moments de la journée étant donné leur horaire plus flexible.

2. La COVID-19 et puis après ? Des défis persistent



Bien que les craintes liées à la pandémie de COVID-19 s'amenuisent tranquillement, d'autres facteurs pèsent sur le retour complet des clientèles dans les établissements de restauration en Europe. Parmi ceux-ci, on compte l'inflation, la pénurie de personnel et les difficultés en lien avec la chaîne d'approvisionnement.

Les consommateurs européens sont pessimistes quant à l'avenir de leur situation financière. En date d'avril 2022, 36 % d'entre eux considèrent qu'elle s'aggravera dans les mois à venir (contre 15 % en mai 2021).

En réponse à l'inflation des prix, les clientèles adoptent des stratégies diverses ; 31 % affirment qu'elles se rendront moins souvent dans les bars et les restaurants et 18 % continueront de fréquenter leurs établissements favoris, mais seront à la recherche de promotions ou de tarifs compétitifs.

Ces conclusions permettent aux restaurateurs de connaître l'évolution des préférences des clientèles. Elles servent aussi d'outil pour amorcer une réflexion pertinente en ce qui a trait aux aliments mis en valeur sur les menus et aux comportements privilégiés en cuisine comme en salle.

Sources : [SIAL](#)
[L'Hôtellerie Restauration](#)

Source des infographies : [SIAL Insights 2022](#)

DÉBROUILLARDISE DES CHEFS CUISINIERS ET PRÉVENTION DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE DANS LES RESTAURANTS GASTRONOMIQUES

Mise en contexte

Le secteur de la restauration génère d'importantes quantités de déchets alimentaires. Ce gaspillage se doit d'être réduit et même éliminé pour répondre aux objectifs de développement durable des Nations Unies.

C'est un défi qui n'est pas suffisamment étudié, et plus précisément qui n'est pas observé du point de vue des chefs cuisiniers qui jouent un rôle majeur dans la gestion des processus en cuisine. En effet, les déchets que produit une cuisine de restaurant peuvent représenter jusqu'à 70 % du gaspillage alimentaire du secteur (Chawla *et al.*, 2020).

Objectifs de la recherche

Cette recherche vise à combler un manque dans la littérature sur les facteurs et la prévention du gaspillage alimentaire dans les établissements de restauration de haute gastronomie (luxe).

Considérant que la plupart des pertes sont produites en cuisine, l'étude se concentre sur l'impact des chefs cuisiniers en lien avec la problématique étudiée.

Elle tente de répondre à la problématique sous la théorie de la pratique. Cette dernière permet de mieux comprendre le phénomène du gaspillage alimentaire dans un contexte d'établissement de restauration de haute gastronomie.

Revue de littérature

Gaspillage alimentaire dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration

En Europe, le secteur de l'hôtellerie et de la restauration représente 12 % du gaspillage alimentaire, une donnée qui, contrairement aux autres secteurs économiques, est à la hausse depuis 2011 (WRAP, 2020). Les recherches actuelles ont démontré un lien entre le type de restaurant et la quantité de pertes générées.

Ces études ont permis de mettre de l'avant deux facteurs importants :

- **Le facteur « affaires »** : est relié aux modèles d'affaires ainsi qu'au type et à la taille du restaurant en question (ex. les buffets qui gaspillent davantage que la restauration à la carte)
- **Le facteur « consommateur »** : inclus les déterminants sociodémographiques, psychologiques, culturels et situationnels des consommateurs.

Gaspillage alimentaire dans les restaurants de haute gastronomie

La différence entre les restaurants de haute gastronomie et la restauration rapide réside dans l'étape à laquelle le gaspillage alimentaire est le plus important. Dans le cas des restaurants de haute gastronomie, la grande partie du gaspillage s'effectue en cuisine. Comparativement aux autres offres de restauration, la haute gastronomie ne se différencie pas par de larges portions, mais plutôt par la qualité de la présentation et du service, ce qui peut être un indicateur de leur forte contribution au gaspillage alimentaire.

Rôle des chefs

En cuisine, le gaspillage alimentaire se produit lors de la réception, de l'entreposage et de la production de la nourriture (Ball et al., 2003).

Aux étapes de réception et d'entreposage, le gaspillage est observé lors de la péremption des aliments, parfois due à des difficultés avec les équipements. Il peut aussi provenir d'une mauvaise gestion des stocks (ex. commande inadéquate).

L'étape de la production est celle liée aux chefs. Cette dernière comporte plusieurs phases telles que : la préparation, le calcul des quantités, la cuisson, etc. C'est ici que se produisent 74 % des déchets alimentaires dans les restaurants de haute gastronomie (McAdams et al., 2019).

Les auteurs proposent l'utilisation de la cuisine ingénieuse (*resourceful cooking*), comme moyen de conserver les aliments (Thompson & Haigh, 2017). Dans le cas actuel, cela se traduit par l'ouverture des chefs à modifier leurs façons de faire et à réutiliser certains produits. Bien que la cuisine ingénieuse semble être le facteur déterminant de la prévention du gaspillage alimentaire, très peu de recherches ont évalué l'ouverture et l'engagement des chefs à procéder à ces changements.

Théorie de la pratique

La théorie de la pratique est associée au modèle de pratique de Bourdieu. De leur côté, Schatzki et al. (2001) expliquent qu'elle permet de comprendre comment les gens agissent en société en répondant à certaines situations selon ce qui semble faire le plus de sens pour eux. Plus les actions sont répétées, plus elles deviennent des habitudes.

La théorie de la pratique s'explique par 3 composantes :

- **Compréhension** (*meaning*) : compréhension des gens d'une pratique spécifique et la valeur qu'ils y rattachent.
- **Compétences** (*competencies*) : compétences nécessaires pour accomplir une tâche.
- **Ressources matérielles** (*materiality*) : ressources matérielles nécessaires pour accomplir une tâche (machines, équipements, fournisseurs, etc.)

Cette théorie est liée au concept de cuisine ingénieuse. En suivant cette logique, les chefs devraient être en mesure de comprendre et d'évaluer leur quantité de déchets alimentaires et leur impact pour y apporter des changements qui perdurent dans le temps.

Méthodologie

Cette recherche est exploratoire; aucune autre n'a utilisé le concept de cuisine ingénieuse comme facteur déterminant du gaspillage alimentaire dans la haute gastronomie.

La méthodologie utilisée comprend des entrevues semi-dirigées et des observations terrain.

Entrevues semi-dirigées

Les questions d'entrevues avaient pour objectif d'analyser :

- La compréhension des chefs en rapport au gaspillage alimentaire (compréhension)
- Leur compréhension et leur ouverture à la prévention de ce phénomène (compétences)
- Leur engagement envers des ressources externes pour aider à la prévention dans leur restaurant (ressources matérielles)

Observations terrain

L'équipe de recherche a procédé à des observations terrain dans trois restaurants. Les observations ont servi à la triangulation des données recueillies en entrevues. Elles se sont déroulées durant quatre jours consécutifs, soit du mercredi au samedi.

Les chefs participants ont été sélectionnés par échantillonnage de convenance.

Chacun d'entre eux devait répondre aux critères de sélection suivants :

- Être chef ou sous-chef d'un établissement de cuisine gastronomique (luxe)
- Détenir au minimum cinq ans d'expérience dans la haute gastronomie (tous postes confondus)
- Avoir au minimum deux ans d'expérience comme chef dans un établissement de haute gastronomie

L'échantillon étudié était composé de 17 chefs et sous-chefs. La collecte de données a été effectuée en août 2020.

Analyse des données

Les données recueillies ont été analysées selon différentes thématiques. Les transcriptions d'entrevues ont été codées par deux membres de l'équipe de recherche et validées par un chef. Les thématiques identifiées lors des entrevues ont servi de guide pour mesurer les facteurs d'influence du gaspillage alimentaire lors des observations terrain.

Le tableau 1 ainsi que la figure 1 présentent les thèmes et les sous-thèmes utilisés.

Résultats

Les résultats sont présentés selon les trois composantes de la théorie de la pratique.

Tableau 1 : Les résultats de la codification

Table 2
Results of data codification.

Theme	Sub-theme	Code
Meanings	Magnitude of food waste	Moderate
		Large
	Type of wasted food	Fruits and vegetables
		Meat and seafood
Reasons to prevent food waste	Dairy	
	Economic	
Competencies	Meal preparation and cooking	Personal
		Environmental
	Meal assembly and plating	Cooking errors
		Overproduction of meals
Materiality	Receiving/Storing food	Plating errors
		Time pressure
	Kitchen equipment	Miscommunication with customer-facing staff
		Human errors
Corporate policies and procedures	Failure to follow the 'first in, first out' approach	
	Ordering systems	
Way forward	Determinants of wastelessness in the kitchen	Availability of 'smart' technology
		'Learning when doing'
	Education of staff	No ingredient re-use policy
		Prioritisation of customer satisfaction
Provision of in-kitchen flexibility for chefs	Chefs' training and retraining	
	Education of staff	
Provision of a farm	Provision of in-kitchen flexibility for chefs	
	Provision of a farm	

Compréhension

Les chefs participants sont en mesure d'identifier à quels endroits et à quelles fréquences la majorité du gaspillage alimentaire s'effectue dans leur cuisine. Les produits les plus gaspillés sont les fruits et légumes, suivi des viandes et des produits laitiers.

Ils n'ont cependant aucune connaissance de la quantité de déchets produits. Ils mentionnent que de calculer le gaspillage prendrait trop de temps et serait, au bout du compte, inutile. Ignorer les quantités gaspillées s'avère donc être un facteur important de la gestion en cuisine.

L'étude montre également que la plupart des chefs considèrent que leurs restaurants produisent une quantité de déchets modérée, un résultat qui n'est pas en concordance avec les observations terrain. On peut ainsi en déduire que les chefs ont tendance à minimiser leur gaspillage alimentaire, de peur d'atteindre la réputation de leur établissement.

Les entrevues ont aussi mis de l'avant les facteurs importants pour procéder à la prévention du gaspillage alimentaire. La plupart des répondants ont mentionné les

bénéfices financiers. Cependant, certains ont parlé de bénéfices personnels. La prise de conscience environnementale de certains chefs les motive à procéder à des changements de processus en cuisine.

Figure 1 : Les résultats de la codification

Légende :

- Bleu : thèmes
- Jaune : sous-catégories et thèmes
- Vert : codes (facteurs)
- Chiffres : fréquence de mention du code lors des entretiens semi-dirigés

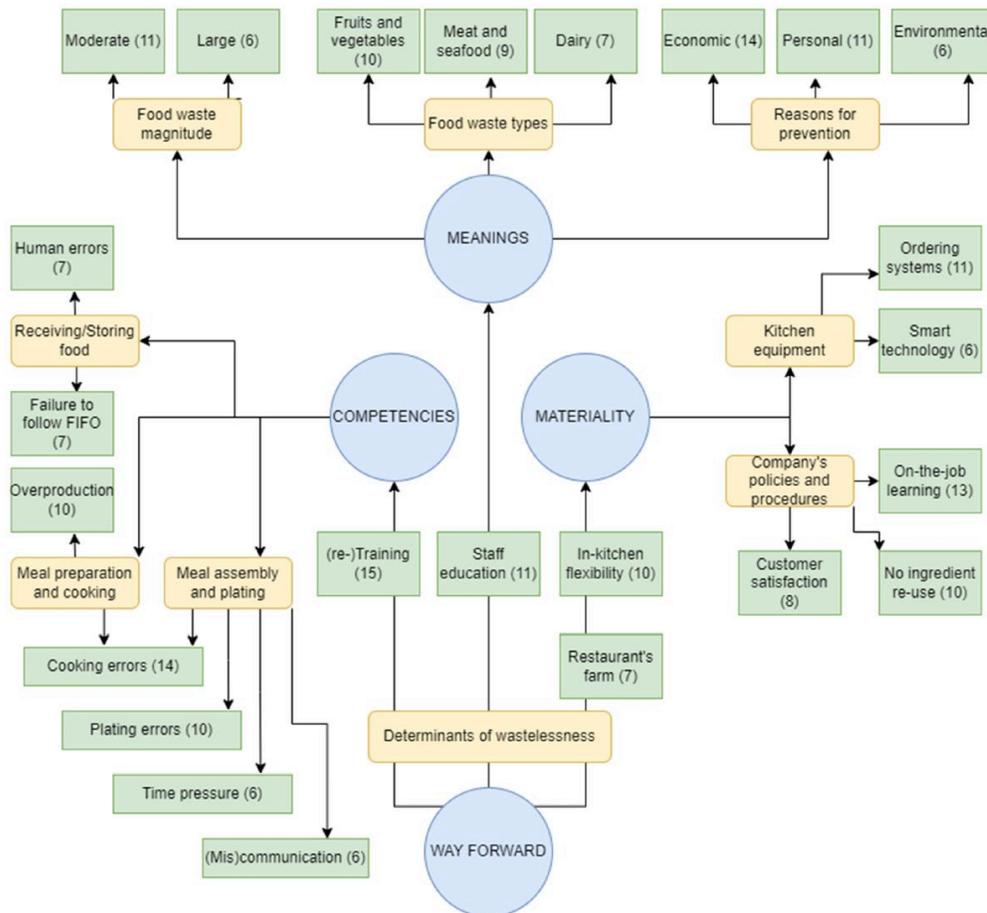


Fig. 1. The results of data codification. Legend: blue colour represents the themes; yellow colour represents the sub-themes; green colour represents the codes. The numbers in brackets showcase the frequency of each code's occurrence in interview transcripts.

Compétences

Les participants avaient de la difficulté à exprimer et à démontrer comment leurs acquis peuvent aider à réduire et prévenir le gaspillage alimentaire. La plupart d'entre eux ont vanté leurs compétences techniques, sans montrer comment ils pourraient innover pour réutiliser certains aliments, par exemple.

Les chefs ont été en mesure d'identifier que leur manque de compétences en matière de gestion des processus en cuisine (entreposage, préparation et cuisson) est le facteur déterminant du gaspillage alimentaire.

Lors des observations, l'étape de la préparation est celle qui produit le plus de gaspillage, plus spécifiquement chez les chefs « juniors » qui manquent d'expérience et de bonnes techniques en cuisine. Chez les chefs « seniors », le problème est davantage lié à des habitudes ancrées qu'il est difficile de changer.

Ressources matérielles

L'aspect matériel de la prévention du gaspillage alimentaire est perçu à la fois de manière positive et négative auprès des chefs. Plusieurs d'entre eux mentionnent l'importance des équipements, certains ont même investi dans des systèmes automatisés de commande pour réduire les pertes alimentaires.

D'un autre côté, il existe un manque de formation vis-à-vis le gaspillage alimentaire. Dans la plupart des cas, la satisfaction des clients prime sur les apprentissages en matière de gestion des déchets alimentaires. De nombreux chefs n'ont donc pas eu la possibilité de développer des connaissances pour procéder à de la cuisine ingénieuse (réutilisation de certains aliments) et aujourd'hui, ce sont des habitudes compliquées à intégrer.

Conclusions et recommandations :

Cette étude permet de démontrer comment les différents éléments de la théorie de la pratique influencent l'engagement des chefs cuisiniers en haute gastronomie dans la prévention du gaspillage alimentaire.

Selon les résultats obtenus, il est clair que le facteur des compétences de la théorie de la pratique est le plus influent. Les participants sont d'avis que **plus de formation serait nécessaire pour bien comprendre comment prévenir le gaspillage alimentaire dans leur cuisine**. Les compétences des chefs cuisiniers doivent aussi être dynamiques et s'adapter aux nouvelles réalités du marché.

Il serait également pertinent de faire des **campagnes de prévention dans les restaurants et dans les écoles**. Ces dernières pourraient mettre de l'avant l'importance de la prévention, mais aussi de la cuisine ingénieuse comme manière d'y remédier. Il va sans dire que les chefs plus expérimentés ne souhaitent pas toujours assister à de nouvelles formations, mais leur donner l'information peut faire en sorte que certains prennent conscience de leur impact.

Les résultats de l'étude montrent également l'importance **des nouvelles technologies dans la réduction du gaspillage alimentaire**. Investir dans des technologies, telles que les systèmes de commandes automatiques, devient une nécessité pour l'efficacité en cuisine. Il y a aussi un aspect corporatif primordial pour une bonne gestion. Les relations entre les chefs et les propriétaires des restaurants doivent porter sur une bonne communication entre les deux parties. Les chefs doivent être en mesure de prendre plus de décisions sur les processus utilisés. Ceux-ci souhaitent être en mesure d'avoir plus de flexibilité dans leurs décisions, surtout quand vient le temps de décider s'ils peuvent réutiliser ou non certains aliments.

Le **rôle des fournisseurs** dans la prévention du gaspillage alimentaire est un élément qui est souvent revenu, mais qui n'était pas identifié au préalable par les chercheurs. Si chaque restaurant pouvait être affilié à une ferme ou à un producteur local, les établissements pourraient davantage s'assurer de la qualité des produits et ne jamais avoir peur d'en manquer ou d'être en compétition avec les autres.

Source :

Viachaslau Filimonau, Chien-Chang Chiang, Ling-en Wang, Belal J. Muhialdin et Vladimir A. Ermolaev. 2022. « Resourcefulness of chefs and food waste prevention in fine dining restaurants". <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103368>