

Workshop Good Food B2B

26/9/22

Tour & Taxi

Comment faciliter l'approvisionnement en produits locaux pour mon hôtel ?

Hoe kan ik ervoor zorgen dat mijn hotel lokale producten kan kopen ?



Lundi 26 septembre dernier, **B2B GOODFOOD** a réuni **32 professionnels** à Tour et Taxis pour une rencontre de networking sur l'approvisionnement durable dans les hôtels : producteurs, fournisseurs, grossistes livrant à Bruxelles sont venus à la rencontre de responsables des cuisines d'hôtels bruxellois. Enfin, il y avait aussi quelques représentants sectoriels (visit.brussels, hub.brussels, etc.).

La rencontre s'est ouverte sur 5 témoignages (deux hôtels et trois fournisseurs), suivi de quatre ateliers de travail qui ont permis de mettre en avant les opportunités et bonnes pratiques pour développer le circuit court pour les hôtels. Un focus a été porté sur l'offre des petits déjeuners. Les participants ont ensuite pu établir des contacts professionnels lors de la séance de networking

En voici un bref résumé.

Nous avons commencé par une présentation de **Made In Louise**, « boutique hôtel » trois étoiles et indépendant d'une capacité de 38 chambres situé à place Stephanie. Cet hôtel possède le label « green key », une initiative internationale qui labellise les efforts environnementaux des établissements, tant sur la consommation d'énergie, le tri des déchets, la mobilité que les services proposés.

Made In Louise a réalisé un important chantier de relocalisation de son sourcing, c'est une démarche qui émane initialement de la direction, mais qui agit comme un moteur d'attraction pour le personnel dans un secteur qui peine à recruter. Le personnel prend aujourd'hui une part active dans l'initiative, par exemple en générant des idées nouvelles.

Pour arriver à cette gamme locale, ils ont dû augmenter le prix des petits déjeuners, tout en proposant une gamme de produits moins étendue, en se concentrant sur la qualité. Ils remarquent que les clients sont prêts à payer plus, lorsqu'on est sur une gamme locale.

La satisfaction client est très favorable, elle se mesure en direct mais également sur une analyse lexicographique des commentaires laissés sur des sites de « rating »

La chaîne d'approvisionnement en local reste compliquée pour un établissement ouvert 7j/7. Pour trouver ses fournisseurs, il n'y a pas de base de données unique : il faut être très curieux, il y a beaucoup de sources et il faut continuellement s'informer. Ils préconisent de se rendre à des événements et s'inscrire à des newsletters.

En outre à Made In Louise, les produits locaux proposés aux petits déjeuners sont disponibles à la vente dans la boutique de l'hôtel. Cela génère un chiffre d'affaire supplémentaire qui contrebalance les surcoûts de la relocalisation.

Ils précisent qu'il ne sert à rien de proposer un produit local s'il n'y a pas une communication multicanal sur cette démarche. Toutefois, le canal le plus important est le personnel qui doit être bien informé

Pour conclure, Martin Duchateau, gérant de Made In Louise insiste sur la responsabilité des hôtels en tant que carte de visite de la région bruxelloise, la mise en avant des produits du terroir ont des effets importants sur l'intérêt que suscite la destination.

La deuxième intervenante est Flora Sztatmari, chargée RSE du groupe **Thon Bruxelles**, qui regroupe 5 établissements totalisant une capacité de 1500 chambres. Ils possèdent également les labels « greenkey » et entreprise « ecodynamique ». Flora mentionne les différentes démarches du groupe pour la réduction de l'empreinte écologique, telles que la réduction des emballages individuels, la possibilité pour le client qui reste plusieurs nuits de ne pas faire nettoyer sa chambre, ce qui leur confère un « jeton » qu'ils peuvent utiliser pour la réduction du prix d'un repas ou le don à une association de protection de l'environnement.

Dans un établissement, ils ont également mis en place un comptoir à micro-pousses, en partenariat avec Urbi-Leaf, une productrice urbaine. Unité décorative et productive, permettant de mettre en avant cette entreprise bruxelloise.

Ils ont quelques partenariats avec des fournisseurs locaux comme les Champignons de Bruxelles, Brussels Ketjep, Dandoy biscuits, Confiture Aubel, etc. Ils souhaitent par la suite en proposer davantage, mais à l'heure actuelle les principaux freins sont d'ordre logistiques et organisationnels : volumes de commandes trop grands pour certains producteurs, stabilité des produits au fil des saisons, commandes pas toujours honorées.

Avant de passer à la présentation des fournisseurs, les participants se sont réunis autour de **quatre tables** pour échanger respectivement sur les leviers en terme de saisonnalité, prix, logistique et communication. En voici les éléments saillants :

- De nombreux hôtels voudraient plus de local sur certains produits. Ils sentent que la demande va dans ce sens. Pourtant, il est difficile de trouver des bonnes bases de données de producteurs locaux.
- Il est difficile de travailler en direct pour des produits frais car les hôtels demandent plusieurs livraisons par semaine. En outre les conditionnements proposés ne sont pas toujours adaptés aux formules buffet petit déjeuner (il faudrait davantage de vrac).
- La tendance actuelle des petits déjeuners est de réduire l'étendue de l'offre pour proposer des produits de qualité. Cela ne va pas forcément à l'encontre de la formule « buffet ». En effet, la bonne gestion d'un buffet relève d'un réel savoir-faire qui permet de mieux gérer les quantités et réduire les déchets.
- Outre les petits déjeuners, les hôtels accueillent de nombreux séminaires, conférences pour lesquels ils recherchent des en-cas sains, salés et sucrés, prêts à être servis.

Nous sommes retournés en plénière pour la présentation de différents fournisseurs locaux.

- **Urbileaf** – production de micro-pousses
- **FrOui/ Drink a Flower** – boissons infusées sans alcool
- **Gr'EAT Granola** – granola bio, sans gluten, artisanal. Mais aussi spreads, et granolas salés.

- **Terroirist** – Grossiste spécialisé en produits durables et locaux, plus de 1000 références produits. Leur offre est axée sur les légumes, produits d'épicerie et boissons. Ils ne proposent pas de produits laitiers et viande pour le moment
- **CABAS** – coopérative de distribution de produits durables et locaux d'une quarantaine d'artisans coopérateurs. Ils proposent notamment des fromages et de la viande en plus d'une diversité de produits (légumes, fruits, produits d'épicerie, céréales, boissons)

