

2022

# RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

EN QUÊTE D'UNE HOSPITALITÉ  
EN HARMONIE AVEC LA NATURE



# BIENVENUE

## 01 | DÉCLARATIONS

LE MOT DE NOTRE PRÉSIDENT	P.6
QUI SOMMES-NOUS ?	P.8
NOS PROCHAINES ÉTAPES POUR UN MONDE MEILLEUR	P10
NOTRE PARCOURS VERS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE	P12
LE POUVOIR DE LA CUISINE ET DE L'HOSPITALITÉ	P18

## 02 | NOTRE PLAN D'ACTION

NOTRE ÉCOSYSTÈME	P.22
NOS PROGRÈS EN MATIÈRE D'OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)	P.24
QUESTIONS-RÉPONSES AVEC NOTRE VICE-PRÉSIDENT	P.28
NOS 15 OBJECTIFS	P.30

## 03 | RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE : INDICATEURS ET IMPACT

LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	P.38
LA CUISINE DURABLE	P.52
L'IMPACT SOCIAL ET SOCIÉTAL	P.66

## 04 | CONCLUSION

EXPLICATION DES CHIFFRES	P.82
DÉFIS À VENIR	P.84

## 05 | CRÉDITS

PARTICIPATION DES MEMBRES	P.86
RÉDACTION	P.88
CONSULTANTS DÉVELOPPEMENT DURABLE	P.88
DESIGN	P.88

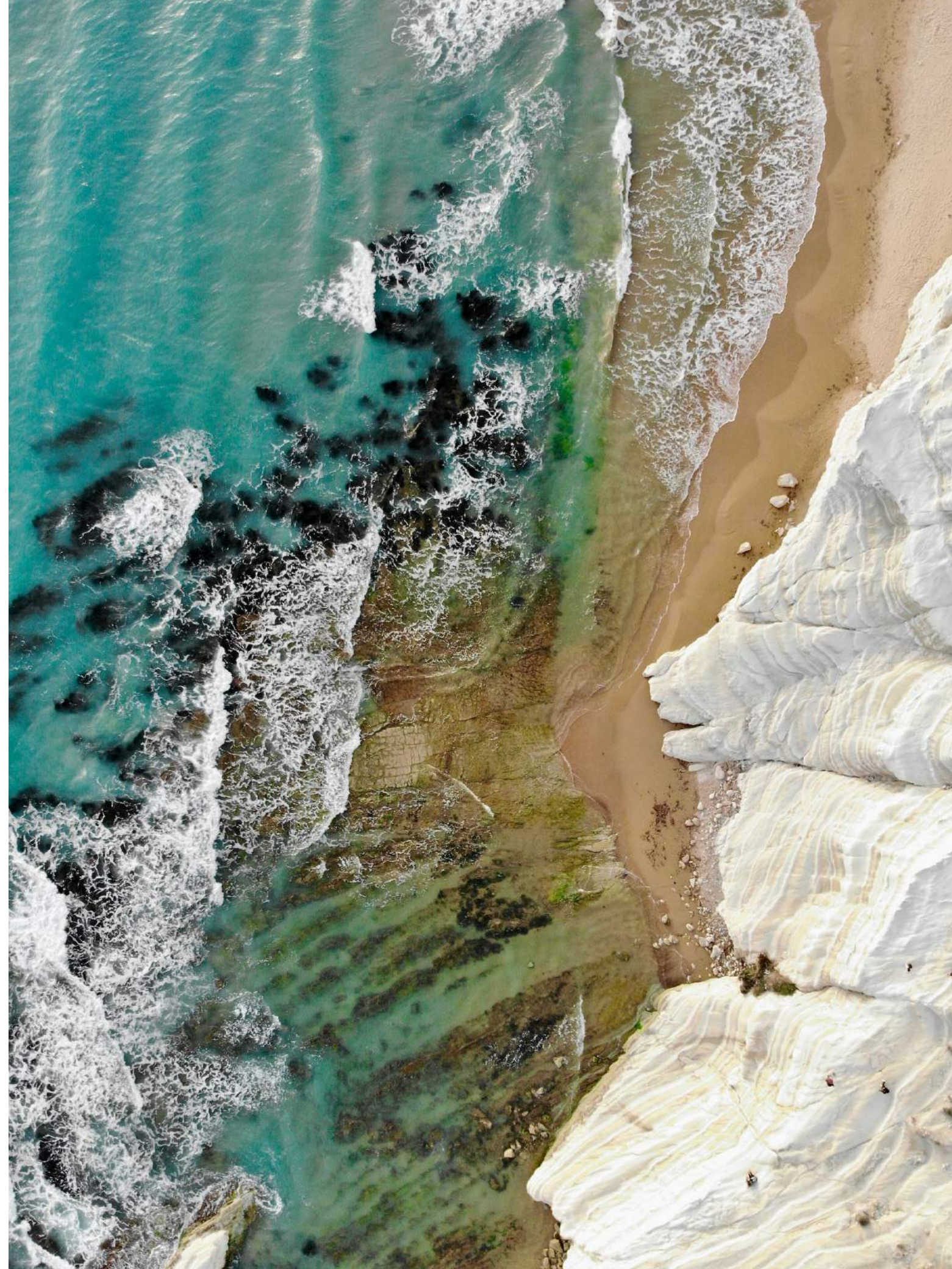
## 06 | CONTACT

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?	P.89
---------------------------	------

01



# DÉCLARATIONS



## LE MOT DE NOTRE PRÉSIDENT

Les maisons Relais & Châteaux protègent et préservent leur territoire depuis des décennies et prennent soin de leur environnement avec une conscience toujours plus aigüe des ressources qu'elles-mêmes et leurs hôtes utilisent.

Je suis extrêmement fier que notre association de 580 hôteliers, restaurateurs et chefs indépendants ait pris conscience que l'hospitalité doit s'exercer en harmonie avec le milieu naturel. Nous travaillons à la régénération des ressources depuis longtemps, bien avant que ce concept devienne à la mode.

Aujourd'hui, alors que le monde est confronté à la sombre réalité du réchauffement climatique, il est temps de consolider nos progrès, d'accélérer le rythme du changement à l'heure où nous entrons dans une phase cruciale de la relation entre la nature et l'humanité.

C'est dans ce contexte et dans un souci d'ouverture et de transparence que nous publions notre premier rapport de développement durable. Nous souhaitons ainsi partager nos succès, reconnaître nos difficultés, fixer de nouveaux objectifs ambitieux pour toutes nos maisons et montrer au monde la contribution positive que l'hospitalité peut et doit apporter à la préservation de notre planète pour les générations à venir.

Notre association a pour vocation de préserver la beauté et les contrastes des communautés locales, des cultures et des écosystèmes partout dans le monde. Si le développement durable a toujours joué un rôle essentiel dans la réalisation de ces objectifs, il est désormais au cœur de notre raison d'être et des critères choisis pour nous évaluer. Nous pouvons saisir l'opportunité incroyable de faire

progresser le développement durable à grande échelle, précisément parce que nous sommes structurés comme une association. Le partage d'objectifs communs se conjugue à la flexibilité de chacune de nos maisons, qui peuvent agir en fonction de leurs spécificités, de leurs besoins et de leurs vulnérabilités propres.

“ Ensemble, nous pouvons jouer un rôle positif dans la préservation et la restauration de la planète et aider nos clients à découvrir le meilleur de ce que la nature a à offrir. ”

Cette combinaison unique nous distingue radicalement de la manière dont nos concurrents plus monolithiques abordent la question du développement durable. En tant que tels, l'esprit d'équipe et le sens de la solidarité de nos maisons peuvent être une force incroyablement puissante au service du bien commun.

Mais aussi fiers que nous soyons de nos résultats à ce jour, nous restons humbles et attentifs. Nous vivons tous un moment critique pour protéger, préserver et restaurer la santé de notre planète.



Il est essentiel que tous nos membres participent à cette aventure. Grâce à nos efforts collectifs, nous pouvons démontrer que l'hospitalité offerte dans un cadre raffiné n'est pas incompatible avec l'exploration du monde, la découverte d'autres cultures et la protection de la planète. Ensemble, nous pouvons jouer un rôle positif dans la préservation et la restauration de notre environnement et permettre à nos hôtes de profiter de ce que la nature a de fabuleux à offrir.

**PHILIPPE GOMBERT**  
Président, Relais & Châteaux  
Maître de maison, Châteaux de la Treyne, France

## QUI SOMMES-NOUS ?



Que Relais & Châteaux soit passé à 580 maisons, dans 65 pays, sur cinq continents en à peine 70 ans est une réussite en soi. Plus impressionnant encore est le développement de notre organisation à but non lucratif, qui fonctionne de concert sur la base de principes, de valeurs partagées et d'une certaine vision de l'hospitalité, tandis que chaque maison conserve fièrement son indépendance. Ce mode d'organisation se démarque de tous les autres groupes hôteliers du monde.

Notre histoire a commencé en 1954, lorsque huit maisons se sont réunies sous le slogan La Route du Bonheur. Leur crédo : la reconnaissance du caractère fondamental de leurs valeurs familiales, de leur engagement à promouvoir des produits locaux de haute qualité et de leur rôle au sein de leur communauté.

Au fil du temps, ces valeurs se sont progressivement imposées au fur et à mesure de notre développement, d'abord en France, puis en Europe et enfin dans le monde. Aujourd'hui, notre association rassemble toujours des hôteliers, chefs et restaurateurs indépendants. Elle possède désormais le plus grand réseau de chefs au monde et l'ensemble de leurs restaurants ne compte pas moins de 340 étoiles au guide Michelin. Les chefs Relais & Châteaux exigent des ingrédients de qualité, qui privilégient les petits producteurs locaux plutôt que les méthodes de production industrialisées.

Les 42000 collaborateurs actifs dans nos maisons sont de fervents protecteurs du monde qui les entoure. Ils chérissent leurs patrimoines culturel, culinaire et environnemental et se sentent directement responsables de leur préservation. La plupart de nos établissements cultivent leurs propres fruits et légumes, nombre d'entre eux possèdent leurs propres troupeaux et tous respectent la nature : plus de 98 % n'utilisent aucun traitement chimique pour l'entretien de leurs espaces extérieurs.

Des hôtels urbains qui défendent la biodiversité en cultivant des jardins accueillants pour les insectes et les oiseaux, aux maisons baignées de soleil au milieu des vignobles, en passant par des ranchs isolés au cœur d'une nature vierge, ou encore des lodges entourés de forêts tropicales luxuriantes, des complexes retirés sur une île déserte voués à la protection des récifs coralliens, nos maisons offrent une grande diversité de paysages et sont conscientes de notre dépendance à l'égard de la bonne santé des milieux naturels.

Notre manifeste présenté à l'UNESCO en novembre 2014, promettait de chérir, préserver et raviver perpétuellement les traditions ancestrales de la gastronomie et de l'hospitalité. Les contributions que nos maisons apportent au bonheur, à la convivialité et à l'art de vivre, s'exprime à travers 20 engagements aux implications pratiques pour la préservation de la planète. Les connaissances et les usages propres à nos établissements sont transmis de génération en génération dans notre réseau encore largement familial.

Ces engagements font écho à notre volonté de rendre le monde meilleur pour les générations futures. Et aujourd'hui, avec ce rapport, nous franchissons une nouvelle étape en transformant notre ambition en une feuille de route concrète.



# NOS PROCHAINES ÉTAPES POUR UN MONDE MEILLEUR

En tant qu'association à but non lucratif réunissant 580 maisons, Relais & Châteaux se consacre, depuis sa création en 1954, à la protection et à la préservation des cuisines du monde, des diversités des cultures et des richesses des territoires. Nous avons pour principe de pratiquer nos activités au cœur et aux côtés de la nature.

Fort de cette héritage, nous cherchons à nous investir toujours plus et nous souhaitons poursuivre cet élan afin que le développement durable devienne un élément essentiel de notre activité et une composante fondamentale de notre offre client.

Notre premier rapport de développement durable présente de nombreux succès dans notre parcours en faveur de la préservation de l'environnement mais nous sommes aussi parfaitement conscients qu'il reste beaucoup à faire. Des efforts plus importants doivent être consentis pour réduire les émissions polluantes, utiliser l'eau et l'énergie de manière plus responsable, favoriser la biodiversité et limiter les déchets.

Dans le cadre d'un engagement plus important en faveur d'achats responsables, nous devons opter pour des matériaux plus écologiques. Nous devons aussi nous investir davantage auprès de nos communautés locales, respecter la diversité et créer un environnement de travail plus inclusif.

Avec un taux de participation d'environ 50 % pour ce premier questionnaire, nos membres sont déjà bien représentés. Pour autant, nous devons encourager

l'adhésion à cette initiative afin de créer la dynamique et l'élan qui nous permettront de maximiser notre impact et devenir une force au service du bien commun.

“ *En quête d'une hospitalité en harmonie avec la nature, nous plaçons la protection de l'environnement, la cuisine durable et l'impact social et sociétal au cœur de notre plan d'action de développement durable.* ”

À cette fin, nous nous engageons à publier chaque année notre rapport de développement durable. Ce dernier ayant pour but de suivre nos progrès et nous permettre, en tant qu'association au rayonnement mondial, de réagir et de répondre aux besoins et aux demandes de notre société ainsi qu'aux enjeux environnementaux à mesure qu'ils évoluent.

En quête d'une hospitalité en harmonie avec la nature, nous plaçons la protection de l'environnement, la cuisine durable et la responsabilité sociale et sociétale au cœur de notre plan d'action de développement durable.

Nous avons donc fixé 15 objectifs clairs et ambitieux à horizon 2025 et 2030. Ces objectifs ont été déterminés en concertation avec nos deux cabinets de conseil en développement durable Solinnen et Alice Audouin

Consulting. Ils représentent l'ensemble des défis auxquels sont confrontés nos membres à travers leurs activités. En atteignant ces objectifs, nous pouvons maximiser notre impact environnemental et accélérer la transition vers un avenir durable.

L'intégration de l'idée de « développement durable en tant que service » en est un élément essentiel. L'objectif de ce programme est d'accompagner les membres dans leur parcours individuel vers le développement durable. Nous fournirons des outils, des certifications, des webinaires de perfectionnement et bien plus encore. Il est crucial de modifier notre vision du développement durable, non plus comme un sujet indépendant mais comme une partie prenante directement liée à notre activité.

À cette fin, la charte qualité nous permettant d'évaluer

nos maisons sera bientôt mise à jour pour tenir compte de nos nouveaux objectifs de développement durable.

En nous appuyant sur ces premiers acquis, nous resterons en avance et leader face aux législations et obligations des 65 pays dans lesquels nous sommes présents. Pour ce faire, nous allons suivre une feuille de route tournée vers l'avenir, partager les pratiques les plus inspirantes, prendre position sur des questions capitales et rester ouverts d'esprit et ambitieux quant à la manière dont nous devons nous adapter à notre monde en pleine mutation.



LARS SEIFERT  
Chief Communications and  
Sustainability Officer, Relais & Châteaux



CARLA STACHURSKI  
Brand Manager,  
Relais & Châteaux

# NOTRE PARCOURS VERS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Notre quête d'une vision plus durable s'inscrit dans notre mission globale. La préservation et le respect des différences locales, la redécouverte permanente des traditions de la cuisine et de l'hospitalité, ont été essentiels à la création des huit premières maisons de notre association en 1954.

Au fil du temps, notre conscience collective de ce que signifie le «développement durable » et la manière dont elle est poussée et évaluée est devenue de plus en plus sophistiquée. Cette chronologie retrace notre progression vers une définition moderne de ce terme.

**2009** Relais & Châteaux signe la charte Ethic Ocean et s'engage à servir des produits de la mer issus de la pêche durable. Dans le cadre de cet engagement global, l'une des promesses est de ne plus servir de thon rouge, pour éviter l'effondrement des ressources dans l'Atlantique Nord-Est et la Méditerranée et leur permettre de se reconstituer. C'est le début de notre partenariat avec Ethic Ocean.

**2014** En novembre, le Manifeste Relais & Châteaux contenant 20 engagements pour rendre le monde meilleur par la table et l'hospitalité est présenté à l'UNESCO. Ce texte devient le moteur de nombre de nos initiatives en faveur de l'environnement.

Le comité international des tables est créé, avec à sa tête Olivier Roellinger comme vice-président. Sa mission : agir comme un groupe de réflexion et comité de mobilisation pour inspirer l'ensemble du réseau des chefs Relais & Châteaux.



**1992** Nelson Mandela visite le Relais & Châteaux Londolozi en Afrique du Sud et déclare : « Pendant ma longue marche vers la liberté, j'ai eu le rare privilège de visiter Londolozi. Là-bas, j'ai vu des gens de toutes les races vivre en harmonie au milieu des splendeurs qu'offre mère nature. Là-bas, j'ai vu un lion en liberté, vivant à l'état sauvage. Londolozi représente un modèle du rêve que je caresse pour l'avenir de la préservation de la nature dans notre pays. »

**2010** Aux côtés d'Ethic Ocean, de FERRANDI Paris et du Lycée hôtelier Yvon Bourges Dinard, Relais & Châteaux cofondent le Concours Olivier Roellinger, un concours annuel de produits de la mer durables pour les jeunes cuisiniers et le personnel de service à travers l'Europe autour de la protection des ressources marines. Au cours des 12 dernières années, 304 étudiants, stagiaires et jeunes professionnels de 25 nationalités différentes ont participé, ce qui implique et encourage la prochaine génération à s'approvisionner en produits de la mer de manière responsable. En 2022, ce concours a également eu lieu au Japon pour la première fois.

**2015** Dereck et Beverly Joubert, cofondateurs de Relais & Châteaux Great Plains Conservation et photographes pour le National Geographic, créent «Rhinos without Borders», une initiative conjointe avec le voyageur andBeyond.

Le projet a pour but de transférer des animaux en voie de disparition des zones à haut risque de braconnage illégal d'Afrique du Sud vers des contrées sauvages du Botswana. Au cours des sept années qui suivent, 87 rhinocéros sont déplacés avec succès, permettant la naissance de 60 nouveaux petits.



**2016** Notre partenariat avec Slow Food débute. Il encourage le personnel des maisons et les hôtes à lutter contre le changement climatique et à protéger la biodiversité en faisant des choix positifs quant aux plats servis.

Une nouvelle plateforme de développement durable appelée Moving Forward (en français aller de l'avant) est lancée. Elle sert d'outil interne pour partager les meilleures pratiques entre nos membres et utilise un questionnaire pour mesurer nos progrès. Vingt-deux indicateurs clés en sont extraits, dont les principaux sont les suivants : 41 % des Relais & Châteaux sont situés sur un site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO, 58 % des produits proposés dans nos restaurants proviennent de fermes locales et 60 % des maisons servent des produits de la mer issus de la pêche durable.

Olivier Roellinger, vice-président de Relais & Châteaux, publie une lettre ouverte contre la fusion Bayer-Monsanto, attirant l'attention sur les risques de perte de diversité des cultures, les OGM et l'agriculture industrielle en général. Il affirme que l'environnement naturel vivant, les petits producteurs et la santé publique en pâtiront.

2017

Relais & Châteaux propose une installation artistique expérimentale et une dégustation de miel baptisée « The Joy of Bees » (la joie des abeilles) lors du salon annuel du design Salone del Mobile à Milan. L'événement immersif présente certains des miels les plus rares au monde provenant de nos propres maisons, pour mettre en valeur la biodiversité et la gestion responsable de nos terroirs.



2019

Les coffrets cadeaux Relais & Châteaux composés en carton avec une mousse en plastique sont remplacés par des pochettes réutilisables fabriquées à partir de plastique recyclé. Entre 2019 et 2022, la production de ces pochettes en feutre permet d'éviter le rejet de 318 000 bouteilles d'un litre dans les océans. La matière, appelée « Future Felt », a été imaginée par deux femmes fondatrices d'un studio de création durable sud-africain, The Joinery. Les pochettes sont confectionnées par des artisans locaux et des coopératives de couture. En complément des pochettes, l'impression du papier et l'assemblage des coffrets cadeaux sont réalisés en France par des personnes en situation de handicap, dans un centre spécialisé qui les accompagne dans leur évolution professionnelle.

2016

Nous lançons notre première campagne annuelle pour la Journée mondiale de l'océan en partenariat avec Ethic Ocean. Le thème « poisson exquis » explore la cuisine zéro déchet où la tête et la queue du poisson peuvent être tout aussi délicieuses que le filet.

2018

Troisgros, Relais & Châteaux situé aux abords de Roanne, participe au Refugee Food Festival. Il invite Mohammad Elkhaldy, un restaurateur réfugié de Syrie, à cuisiner avec l'équipe de la maison familiale trois étoiles au guide Michelin afin de faciliter son intégration en France.

2019

Relais & Châteaux s'associe à la Commission océanographique intergouvernementale (COI) et à Ethic Ocean pour organiser une conférence publique à l'UNESCO à Paris. L'initiative réunit des scientifiques, cuisiniers, pêcheurs et grossistes pour débattre et réfléchir aux moyens de protéger les ressources marines. Parmi les intervenants figurent Vladimir Ryabinin (secrétaire exécutif de la COI), Élodie Fleury (de l'Institut français de recherche pour l'exploitation de la mer), Philippe Cury (directeur de recherche à l'IRD), Élisabeth Vallet (directrice d'Ethic Ocean), Vicky Lau (cheffe du Relais & Châteaux Tate Dining Room), et Julien Dumas (chef du Relais & Châteaux Lucas Carton à l'époque, aujourd'hui chef du Relais & Châteaux Saint James Paris) alors accompagnés d'une fournisseuse en produits de la mer, Emmanuelle Marie.



2020

En janvier, le guide Michelin décerne ses premières étoiles vertes, récompensant les restaurants pour leur engagement en faveur d'une gastronomie plus durable. 13 maisons Relais & Châteaux font partie des lauréats, dont Le Suquet, le Restaurant Christopher Coutanceau, Les Maisons de Bricourt, Le Clos des Sens, La Grenouillère, l'Auberge du Père Bise – Jean Sulpice, L'Oustau de Baumanière, l'Hôtel et Restaurant Régis & Jacques Marcon, Troisgros, Le Mirazur, Yoann Conte Bord du Lac, et Serge Vieira.

Le chef Relais & Châteaux Christopher Coutanceau lance un appel à l'action pour mettre fin à la pratique controversée de la pêche au chalut électrique. Une pétition signée par nos chefs (dont Olivier Roellinger, Julien Dumas, Michel Guérard et Régis Marcon), en partenariat avec l'association à but non lucratif BLOOM, est présentée au Parlement européen à l'approche d'un vote crucial visant à interdire la technique. Une interdiction est décidée mi-2021.

Le prix du chef écoresponsable est décerné au restaurant Relais & Châteaux Christopher Coutanceau pour la première et unique fois par le guide Michelin.

2019



En collaboration avec Seafood Legacy et Ethic Ocean, notre délégation Japon & Corée publie un manifeste sur les produits de la mer. C'est une première pour les chefs de la région, dont l'objectif est d'informer sur l'importance d'évaluer les stocks de poissons, de connaître les techniques de pêche et l'origine des prises lors des achats de produits de la mer. Une conférence de presse est organisée à Tokyo avec des chefs Relais & Châteaux de la zone Japon & Corée (et également en provenance d'Amérique, d'Argentine et de France) sur l'importance d'adopter une relation plus responsable avec la mer.



2020

Les chefs Relais & Châteaux s'engagent, à l'échelle mondiale, à ne pas servir de bar en hiver. Cette initiative, prise en partenariat avec Ethic Ocean, protège l'espèce pendant la période cruciale de reproduction, permettant ainsi aux stocks de se reconstituer.



2020

Le Relais & Châteaux Mirazur en France devient le premier restaurant au monde à obtenir la certification Plastic Free.

Relais & Châteaux contribue au compte Instagram @UNworldoceansday à travers des cours de cuisine en direct mettant en valeur les produits de la mer issus de la pêche durable, en collaboration avec Oceanic Global.

Relais & Châteaux lance une gamme de produits d'accueil écologiques en collaboration avec Palatino Hospitality, qui mène des travaux de Recherche et Développement approfondis pour rester à la pointe des derniers matériaux et processus durables. Le coup d'envoi d'une réduction des plastiques à usage unique est ainsi donné.

2022

Le chef exécutif Shinobu Namae du Relais & Châteaux L'Effervescence (Japon) prend la parole sur la scène principale de l'événement annuel de la Journée mondiale de l'océan, pour parler de notre campagne mondiale «Symphonie des algues» visant à revitaliser l'océan. La manifestation est organisée par la division des affaires maritimes et du droit de la mer des Nations Unies et produit par Oceanic Global à New York.



2022

Plus de 100 produits issus de 30 pays sont approuvés par l'Arche du Goût Slow Food (un catalogue de produits alimentaires en voie d'extinction) grâce à leurs nominations et leurs utilisations par les chefs, agriculteurs et hôteliers de Relais & Châteaux.

Notre premier rapport de développement durable est publié identifiant 15 objectifs à atteindre en 2025 et 2030 et dessinant les bases du plan d'action de développement durable de Relais & Châteaux.

2020

Les scientifiques de la CICTA (Commission internationale pour la conservation des thonidés de l'Atlantique) signalent que le stock de thon rouge dans l'Atlantique Nord-Est et la Méditerranée (Thunnus thynnus) s'est amélioré et est bien géré. En conséquence, les ONG confirment que le thon rouge en provenance de cette zone peut à nouveau être proposé à la consommation (mais toujours avec modération). Depuis 11 ans, les chefs Relais & Châteaux ont contribué à la régénération de l'espèce en évitant la proposition de thon rouge dans leurs menus.

2021

Las Balsas en Argentine est la première maison Relais & Châteaux à recevoir la certification B Corp.

Après l'obtention de la certification de neutralité carbone par le Relais & Châteaux Awasi, avec ses trois maisons en Amérique du Sud (Iguazú, Patagonie, Atacama), le Relais & Châteaux Nayara Springs au Costa Rica et le Relais & Châteaux EOLO en Patagonie sont également déclarés neutres en carbone.

Des maisons Relais & Châteaux font don à World Central Kitchen pour participer à l'aide des régions en crise dans le monde, aujourd'hui et demain.



2023

Le développement durable en tant que service est lancé pour les maisons Relais & Châteaux selon trois principes : mesurer, améliorer, participer.

# LE POUVOIR DE LA CUISINE ET DE L'HOSPITALITÉ



Un tiers des émissions de gaz à effet de serre provient du système alimentaire (FAO). Nous pouvons donc réellement avoir un impact sur l'avenir de la planète grâce aux choix que nous faisons dans nos menus.

Pour sensibiliser aux valeurs de notre vision, le comité international des tables, sous la direction du vice-président Olivier Roellinger, met en place deux campagnes annuelles : la Journée mondiale de l'océan et Food for Change. L'objectif est de préserver la diversité des cuisines à travers le monde, de protéger la biodiversité et de lutter contre le changement climatique.

La gastronomie crée de véritables tendances et des évolutions à long terme dans le système alimentaire. Nous savons qu'il est de notre responsabilité envers les générations futures d'innover en toute conscience.



## LA JOURNÉE MONDIALE DE L'OCÉAN

Depuis 2009, nous faisons campagne pour promouvoir les produits de la mer durables et, depuis 2016, nous célébrons la Journée mondiale de l'océan avec notre partenaire Ethic Ocean. Le maintien de rivières, de lacs, de mers et d'océans sains, ainsi que de la vie animale et végétale qu'ils abritent, est crucial pour la santé de la planète, qu'il s'agisse de l'intégrité de la chaîne alimentaire et de la viabilité de stocks de poissons particuliers, ou de la capacité de la vie végétale sous-marine à stocker le carbone atmosphérique. Nos chefs agissent comme un rempart crucial contre les pratiques de pêche controversées qui détruisent les habitats ou les espèces océaniques, et un puissant lobby international pour promouvoir des techniques de pêche durables ou adopter des alternatives négligées mais délicieuses à des espèces populaires menacées.

### *Poisson exquis (2016, 2017 et 2018)*

Inspiré par le jeu de dessin surréaliste « Cadavre exquis », ce thème explorait la cuisine zéro déchet où la tête et la queue du poisson peuvent être tout aussi délicieuses que le filet.

### *Poisson méconnu (2019 & 2020)*

Sachant que 90% des produits de la mer sauvages sont pêchés à saturation ou surpêchés (FAO), ce thème mettait en avant des espèces moins connues et moins prestigieuses en diversifiant les produits de la mer dans nos menus.

### *Ode aux coquillages (2021)*

Afin de soutenir les conchyliculteurs (spécialistes de l'élevage de coquillages) en proie à des difficultés économiques pendant la pandémie, ce thème célébrait les bivalves et leur faible impact environnemental.

### *Symphonie des algues (2022)*

Les algues sont présentées comme un futur super aliment en matière de nutrition et de séquestration du carbone. Ce thème a permis de sensibiliser aux pouvoirs revitalisants et régénérateurs des algues.



## LA CAMPAGNE INTERNATIONALE « FOOD FOR CHANGE »

Depuis 2016, nous collaborons avec Slow Food pour la campagne annuelle Food For Change, afin de communiquer comment la façon dont les aliments sont produits, approvisionnés et consommés peuvent avoir un impact contre le changement climatique. Nos chefs ont des valeurs en accord avec la mission de Slow Food, et ils s'efforcent d'agir de manière responsable et de prouver à l'ensemble du secteur hôtelier que nous pouvons faire une réelle différence. Nos campagnes se sont jusqu'à présent concentrées sur des sujets tels que les produits locaux et de saison, les menus à base de plantes, la protection de la biodiversité et, plus récemment, le soutien à la transition vers des pratiques agricoles régénératrices.

### *Sauver plus de 100 aliments en voie d'extinction*

À ce jour, les chefs, les hôteliers, les sommeliers, les jardiniers et d'autres encore chez Relais & Châteaux ont proposé 103 produits à l'Arche du Goût.

L'Arche du Goût de Slow Food est un catalogue d'aliments en voie d'extinction, un inventaire en ligne des productions de qualité à petite échelle et des variétés qui appartiennent aux cultures, à l'histoire et aux traditions de la planète entière.

# 02

## NOTRE PLAN D'ACTION

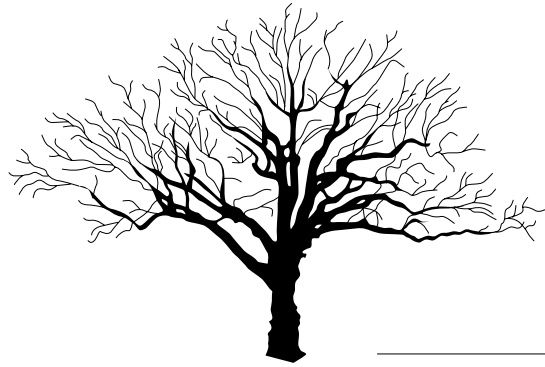
En quête d'hospitalité en harmonie avec la nature, Relais & Châteaux place la protection de l'environnement, la cuisine durable et la responsabilité sociale et sociétale au cœur de son plan d'action de développement durable.

En tant qu'association mondiale d'hôtels et de restaurants indépendants, nous fédérons nos membres autour d'initiatives de développement durable. Nous suivons leurs évolutions individuelles en termes d'achats et d'approvisionnement responsables, de protection de la biodiversité, de questions sociales et sociétales et de préservation d'héritage culturel.

Avec l'adoption de notre plan d'action de développement durable, nous franchissons une nouvelle étape en mesurant le progrès de nos membres et en exposant l'analyse des résultats à travers un rapport annuel complet, élaboré avec des ingénieurs et des experts en développement durable. Ce rapport présente 15 objectifs à atteindre à horizon 2025 et 2030 pour lesquels nous accompagnerons nos membres.



# NOTRE ÉCOSYSTÈME

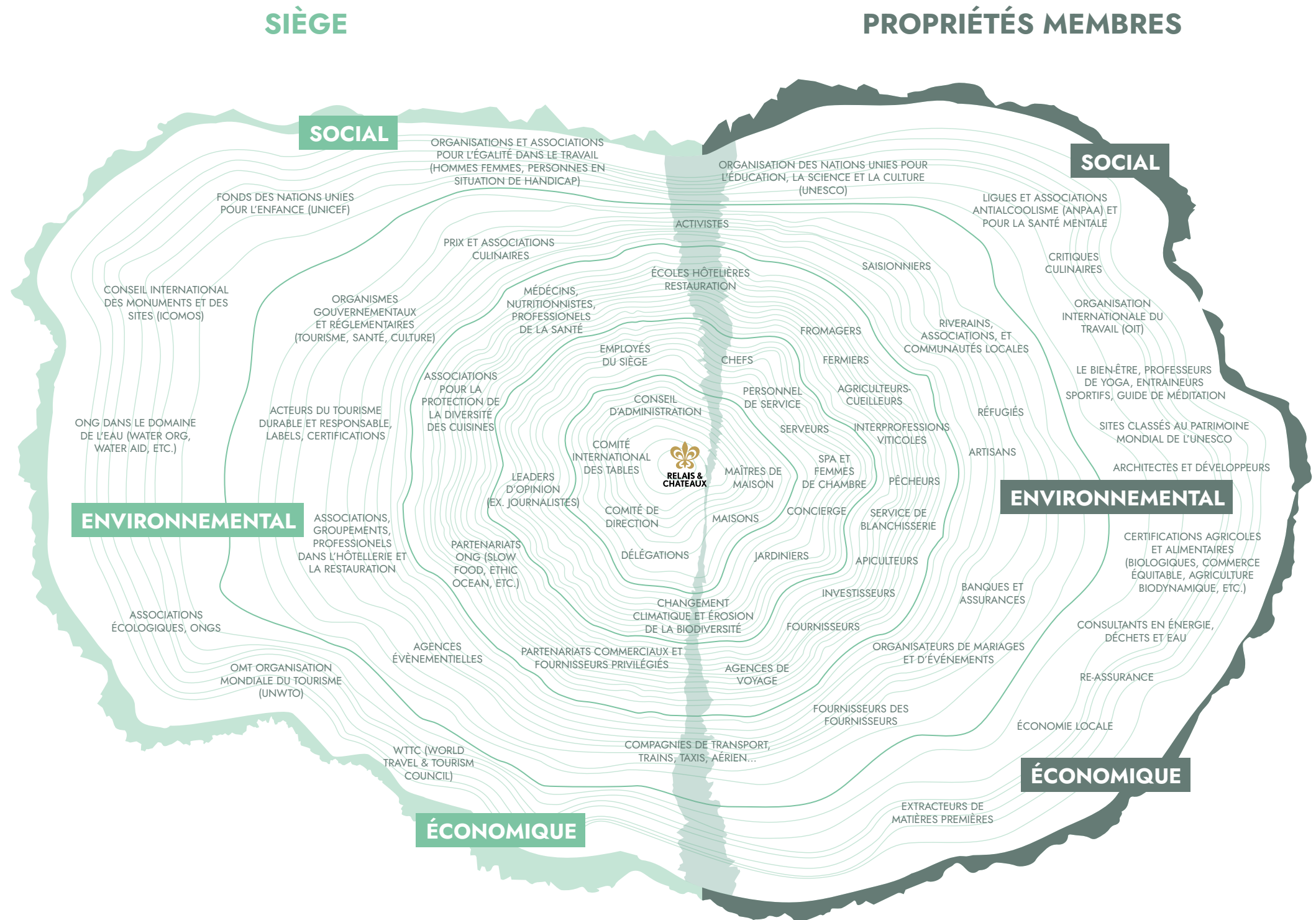


Pour bien comprendre les interactions vastes et complexes que nous entretenons avec notre écosystème, nous avons entrepris la tâche délicate de cartographier nos parties prenantes. Il s'agit d'un outil essentiel pour nous aider à comprendre l'impact et l'influence que nous exerçons sur les différents individus et organisations de notre écosystème et l'effet qu'ils produisent sur nous à leur tour.

Toutes nos parties prenantes internes et externes sont représentées sur cette carte. Les cercles concentriques symbolisent la totalité de notre propre écosystème, largement réparti entre les fonctions de notre siège social à gauche, les activités de nos maisons membres à droite et notre association à but non lucratif au centre. Cette représentation montre comment tous les points de contact sont connectés et influencés les uns par les autres.

Cette cartographie est la première étape d'une évaluation plus complexe de l'impact environnemental, social et sociétal de nos parties prenantes, dans les relations qu'elles entretiennent avec nos maisons et entre elles. Par la suite, nous procéderons à une analyse de matérialité\* afin d'identifier les domaines dans lesquels nous pouvons et devons agir et pour nous permettre d'améliorer nos objectifs de développement durable ainsi que les services que nous fournissons à nos maisons.

\*Une étude de matérialité est un outil de construction de la stratégie RSE qui étudie les enjeux de l'entreprise et permet la construction d'un dialogue avec les parties prenantes.



# NOS PROGRÈS EN MATIÈRE D'OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)



Les Objectifs de Développement Durable (ODD) ont été votés par les dirigeants du monde entier et adoptés par les Nations Unies en 2015 comme un appel universel à l'action, afin de construire un monde meilleur plus juste et durable sur le plan environnemental.

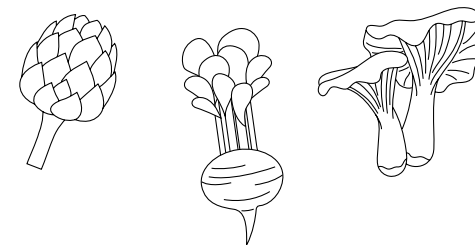
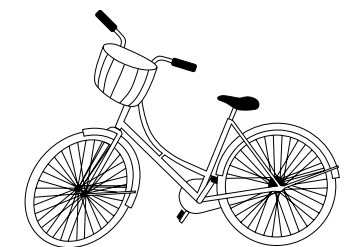
Parmi les 17 objectifs, six concernent directement nos activités : les ODD 5, 10, 12, 13, 14 et 15. Le cabinet Alice Audouin Consulting a évalué la contribution de Relais & Châteaux à chacun des ODD sur une échelle de quatre, à l'aide d'un graphique en barres, comme illustré ci-dessous.



## ODD 13 LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Nos maisons s'impliquent fortement dans la réduction de la consommation d'énergie en recherchant l'efficacité énergétique, en mettant en œuvre des mesures d'amélioration et en introduisant de nouveaux équipements.

Connaître les moyens de transports utilisés par les maisons, leurs fournisseurs et leurs hôtes est essentiel pour déterminer comment diminuer le plus possible les émissions de gaz à effet de serre. S'il est indéniable que les déplacements des clients en avion contribuent largement aux émissions dans le monde (2 % selon l'IATA), un grand nombre des clients de nos restaurants (environ 40 %) viennent des régions voisines. Quelque 60 % de nos maisons disposent déjà de points de recharge pour les véhicules électriques. Nos établissements encouragent également leurs hôtes à découvrir les lieux par des activités à faible émission de carbone, comme la randonnée, le vélo ou la marche.



## ODD 12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

Dans nos restaurants, nous privilégions les denrées locales, biologiques et de saison. Souvent, nos maisons produisent certains ingrédients sur place, en majorité des légumes. La viande ou les produits de la mer sont la plupart du temps d'origine locale et responsable.

Nos maisons sont ancrées dans leurs communautés locales, elles soutiennent les entreprises du secteur et recrutent une grande partie de leur personnel sur place. Nos établissements sélectionnent également des fournisseurs qui adoptent des pratiques durables et encouragent une consommation responsable. La plupart de nos hôtels ont déjà retiré les plastiques à usage unique des chambres et des salles de conférence et la majorité de nos restaurants trient leurs déchets.

Nous encourageons le concept de « cuisine durable » en créant des menus végétariens. Nous intégrons même dans nos recettes ce que certains ont l'habitude de jeter (tels que les épluchures de carottes ou les feuilles de fenouil), et nous réutilisons l'eau de cuisson. De nombreuses maisons disposent de potagers pour cultiver leurs propres légumes, herbes aromatiques et fleurs.

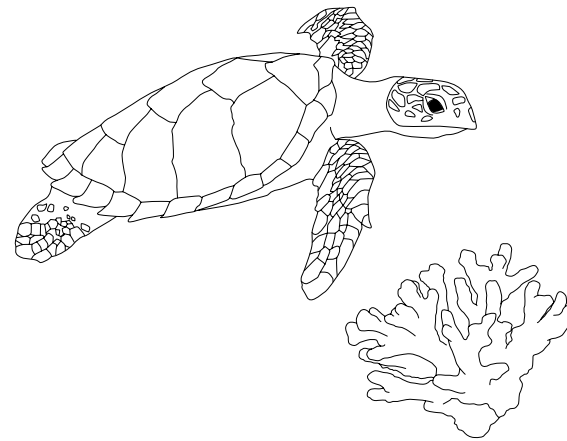


**ODD 14  
VIE AQUATIQUE**

Nos restaurants ont fait de nombreux efforts pour suivre les conseils des ONG en faveur d'un approvisionnement durable en produits de la mer. C'est d'autant plus important que 20 % de nos maisons sont situées en bordure de mer ou à proximité d'un plan d'eau douce.

Depuis 2009, nous menons en partenariat avec Ethic Ocean de nombreuses actions de sensibilisation en faveur de la pêche durable. Nous nous mobilisons chaque année pour la Journée mondiale de l'océan et nos recettes mettent également en avant des produits respectueux de la mer, comme les algues.

Conscients que le plastique est une cause majeure de pollution marine, nous nous engageons à réduire les déchets et le plastique à usage unique dans nos chambres et nos salles de conférence. Environ 15 % de nos maisons sont fortement impliquées dans des organisations locales de protection de l'environnement et de conservation, pour défendre et préserver la nature notamment par le nettoyage des rivières et des plages alentours.

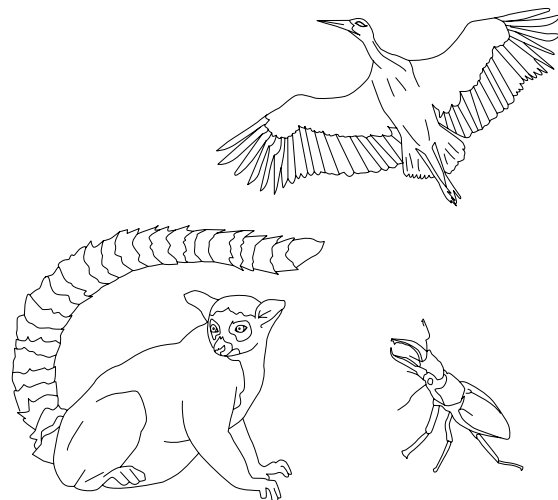


**ODD 15  
VIE TERRESTRE**

La préservation du patrimoine naturel et du paysage environnant est d'une importance vitale pour nos maisons. Un cinquième d'entre elles est situé dans une réserve naturelle, 75 % gèrent activement des espaces naturels – forêts, bois, étangs, et autres – pour préserver la biodiversité. Près de 25 % appliquent un programme officiel de préservation de la faune en partenariat avec une association locale ou une organisation non gouvernementale.

Nos maisons s'efforcent de réduire leur consommation de papier, en évitant d'imprimer et en utilisant des versions et des supports numériques.

Elles accordent également une grande importance au bien-être animal et entretiennent des relations à long terme avec des fournisseurs locaux de confiance, conformément aux principes de la cuisine durable qui privilégient les légumes locaux, biologiques et de saison. Nos chefs ont grand plaisir à connaître ce qu'offre la nature, car ces produits naturels ont un impact réel sur le goût.



**ODD 10  
RÉDUCTION DES INÉGALITÉS**

En tant qu'acteur du tourisme de luxe, nous sommes conscients que nos services ciblent les catégories aisées de la population et qu'à cet égard, nous ne contribuons pas à la réduction des inégalités. Mais nos prestations en matière de gastronomie, de services, de découverte et de culture ont un impact sur de nombreux groupes de personnes, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de notre organisation.

À cette fin, les achats éthiques, locaux et responsables ainsi que l'emploi équitable et de proximité sont essentiels, nombre de nos maisons étant déjà les meilleures de leur catégorie.

Rien qu'en 2021, parmi les participants au questionnaire sur le développement durable, 96 réfugiés faisaient partie des effectifs, il y en a sans doute encore plus. Nos maisons pratiquent la non-discrimination de genre, de race, de couleur de peau, d'orientation sexuelle et d'origine sociale.

**ODD 5  
ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES**

Au sein de notre association, ainsi que dans nos maisons à titre individuel, nous agissons pour promouvoir l'égalité des sexes, l'équité dans le travail et éradiquer le harcèlement sexuel. Selon les résultats de notre questionnaire sur le développement durable en 2021, nos établissements indiquent que les femmes occupent 46 % des postes de direction et représentent 42 % des 10 salaires les plus élevés.

Les congés maternité et paternité sont au cœur de nos préoccupations et la majorité de nos maisons appliquent des principes d'anti-discrimination.

## QUESTIONS-RÉPONSES AVEC NOTRE VICE-PRÉSIDENT

**Pourquoi est-il si important d'aligner les objectifs de Relais & Châteaux sur les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies ?**

C'est simple : nous sommes ambitieux et nous voulons bouleverser le secteur de l'hôtellerie. Notre vision - un manifeste de 20 engagements pour un monde meilleur - était radicale en 2014. Aujourd'hui, en 2022, avec le lancement de nos objectifs pour 2025 et 2030, et en mesurant chaque année les progrès accomplis vers les ODD, elle devient encore plus radicale. Nos objectifs constituent une recette claire pour réussir à répondre à la menace la plus existentielle de l'humanité : le changement climatique. Nous sommes la seule association d'hospitalité à le faire à ce niveau.

**Quel sera, selon vous, l'impact de ce rapport ?**

Les rapports sur le développement durable ne sont qu'un instantané d'un moment - le vrai travail doit continuer aujourd'hui et demain. Nous ne pouvons plus manger comme nous l'avons fait jusqu'à présent. Ainsi, chaque jour, nos chefs, nos invités, nous tous votons avec nos fourchettes pour le futur système alimentaire. Et si ce n'est pas nous, artisans indépendants et cuisiniers passionnés du monde entier, alors qui va mener ce combat et inventer les nouvelles cuisines du monde ? Et c'est là le meilleur : c'est une occasion joyeuse et délicieuse d'innover. J'espère que son impact sera d'éduquer, de motiver, d'inspirer.

**Quels sont vos espoirs quant à la participation des membres aux futurs rapports ?**

Le fait que la moitié de nos 580 propriétés aient répondu à notre premier questionnaire, qui mesurait l'activité en 2021, est un grand succès. Mais notre ambition est que toutes les propriétés membres répondent chaque année, afin d'atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés. Nous voulons que les données soient précises et qu'elles soient aussi solides et représentatives de l'association que possible - de cette façon, nous pourrions mener la transition nécessaire vers un avenir durable.

“ *Vive la révolution délicieuse !* ”

**En quoi Mauro Colagreco, du restaurant trois étoiles Michelin Mirazur, est-il le choix idéal pour vous succéder au poste de vice-président ?**

Mon cher ami Mauro est une source d'inspiration : il a motivé son équipe et ses fournisseurs pour faire fonctionner son restaurant sans plastique. En tant qu'ambassadeur de bonne volonté officiel de l'UNESCO il suit attentivement ce qui se passe dans le monde. Je suis fier de lui passer le relais pour qu'il poursuive le travail de notre association et qu'il mène notre comité international des tables vers son prochain chapitre.



OLIVIER ROELLINGER  
Vice-président, Relais & Châteaux  
Cuisinier & Propriétaire, Les Maisons de Bricourt

# NOS 15 OBJECTIFS

Ces objectifs ont été conçus pour renforcer nos valeurs et principes existants. Ils laissent à nos maîtres de maison indépendants la possibilité de faire preuve de créativité, tout en s'alignant sur les tendances générales et les réglementations en faveur de la protection environnementale et sociale. Nous offrirons notre soutien et des conseils pour aider les maisons à atteindre ces finalités.

Les objectifs s'articulent autour de trois piliers fondamentaux, avec pour chacun d'eux, des attentes ambitieuses dans des domaines opérationnels spécifiques. À droite, vous trouverez quelques exemples de points forts. Pour plus de détails sur chaque pilier, reportez-vous aux chapitres suivants.



## PILIER 1

### PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

ÉNERGIE / BIODIVERSITÉ /  
EAU / ACHAT RESPONSABLE

*Réduire notre impact sur le climat et l'environnement, jouer un rôle de premier plan dans la préservation de la biodiversité.*

- 50 % de nos maisons auront fait un bilan carbone de leurs activités, ou d'une partie de leurs activités, d'ici 2025, et toutes les maisons d'ici 2030, contre 12 % aujourd'hui.

- D'ici 2025, 100% de nos propriétés mesureront leur consommation d'énergie, contre 70% en 2021, et auront mis en place un plan d'action pour la réduire.

- Toutes nos maisons auront éliminé les plastiques à usage unique d'ici 2025, contre 70 % aujourd'hui.



## PILIER 2

### CUISINE DURABLE

ALIMENTATION SAINES  
ET DURABLE / DÉCHETS  
ALIMENTAIRES

*Défendre l'art culinaire local, innovant et éthique*

- 50 % de nos maisons s'approvisionneront uniquement en légumes bio cultivés localement d'ici 2025, et 75 % d'ici 2030, contre 30 % aujourd'hui.

- Toutes nos maisons veilleront à ce que leurs fournisseurs respectent les « cinq libertés fondamentales » liées au bien-être animal de l'Organisation mondiale de la santé animale d'ici 2025, contre 64 % aujourd'hui.



## PILIER 3

### IMPACT SOCIAL ET SOCIÉTAL

ATTRACTIVITÉ DE L'EMPLOI /  
GÉO TOURISME / ACTION AU  
SEIN DE LA COMMUNAUTÉ  
LOCALE

*Au cœur des communautés locales*

- 50 % de nos postes les mieux rémunérés seront occupés par des femmes d'ici 2030, contre 42 % aujourd'hui.

- Toutes nos maisons auront mis en place une politique d'égalité et de diversité d'ici 2025, contre 53 % aujourd'hui.

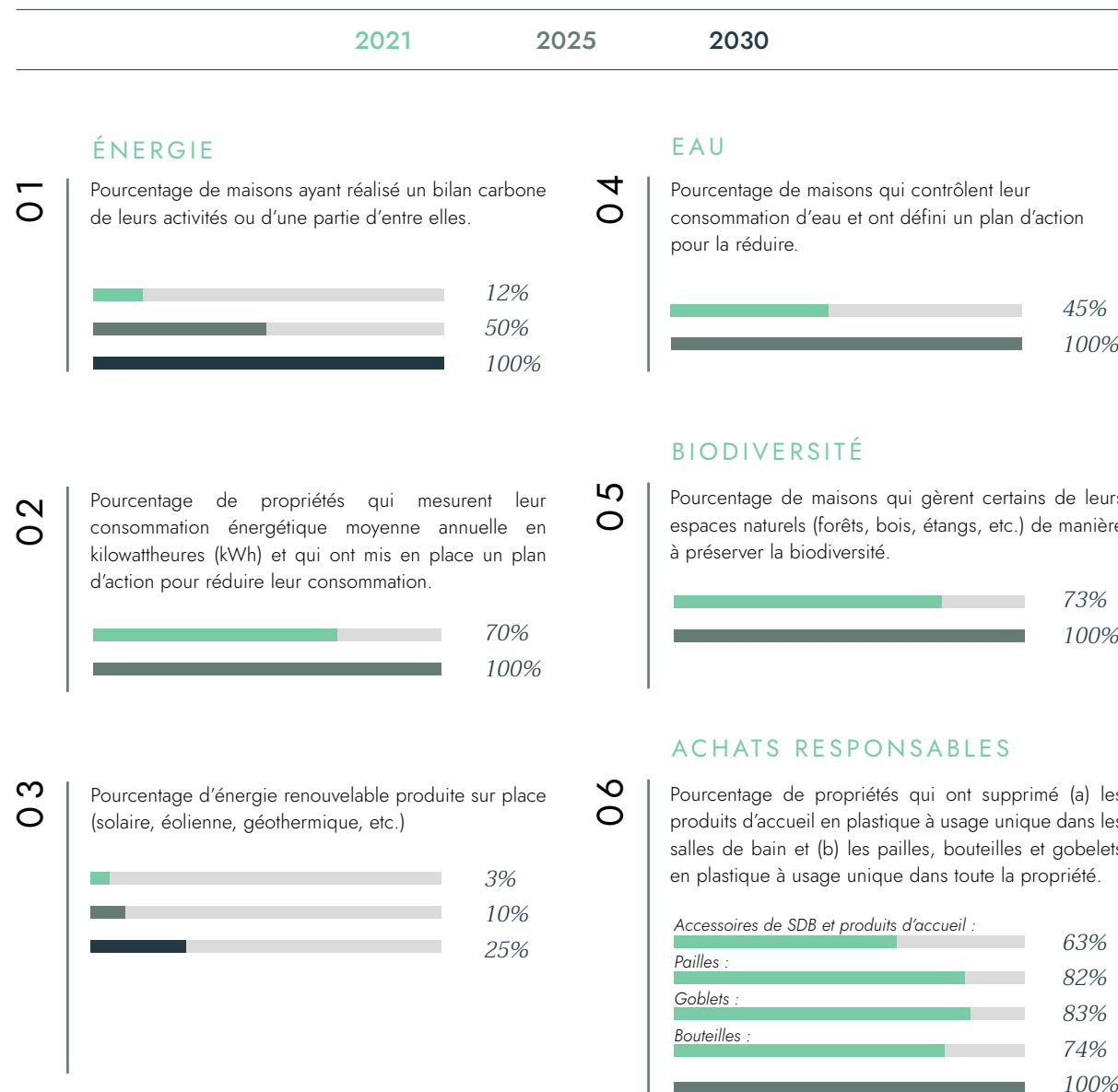
- 90 % de nos maisons soutiendront des entreprises locales engagées sur le plan social et/ou environnemental d'ici 2030, contre 71 % aujourd'hui.



PILIER 1

# PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

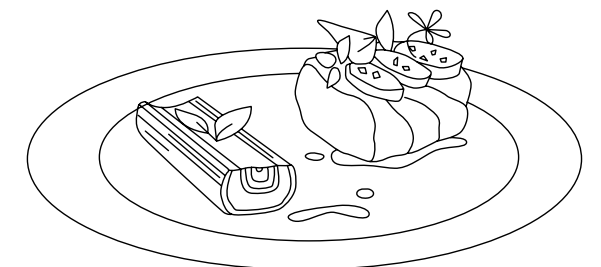
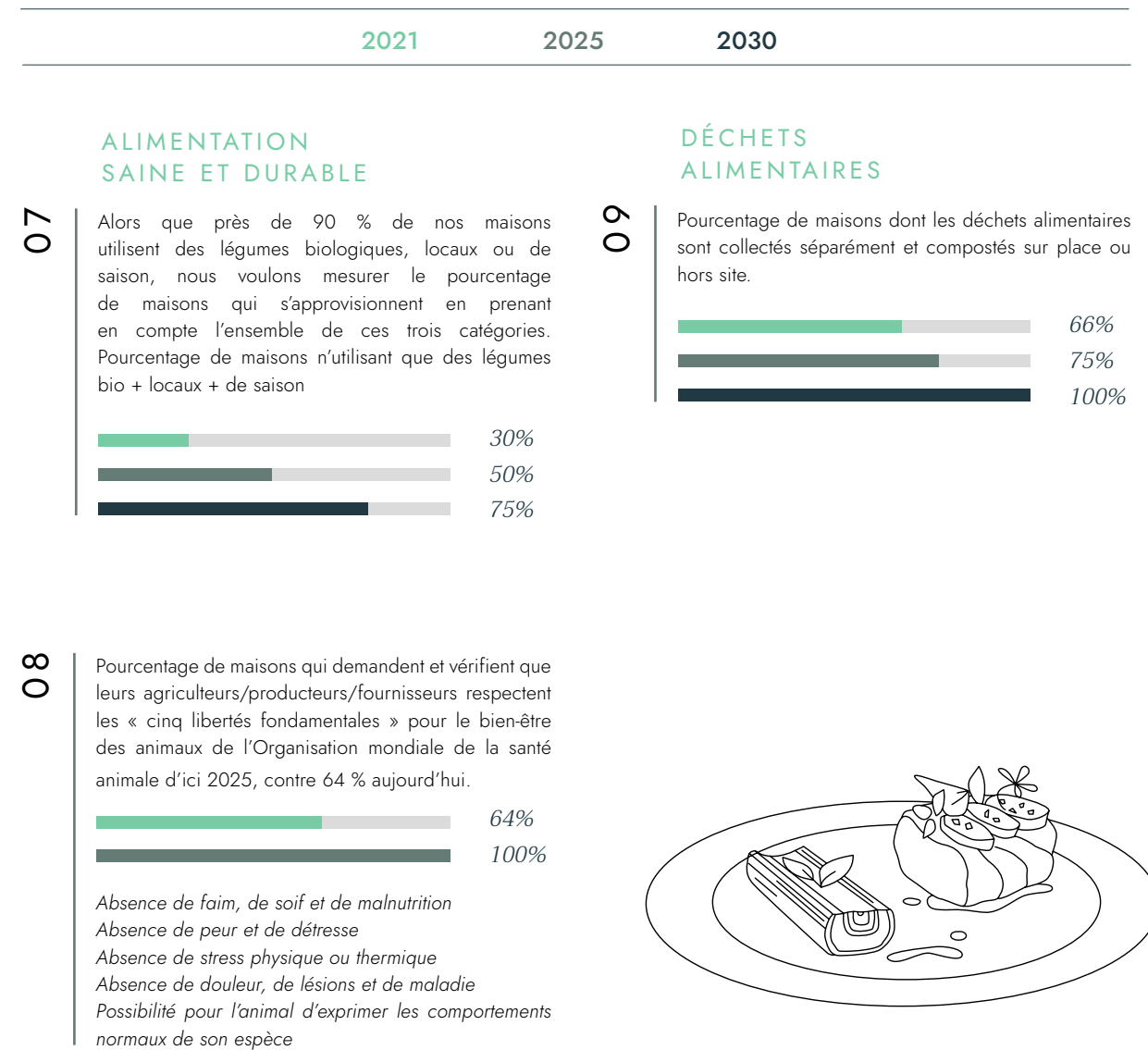
Réduire notre impact sur le climat et l'environnement, jouer un rôle de premier plan dans la préservation de la biodiversité.



PILIER 2

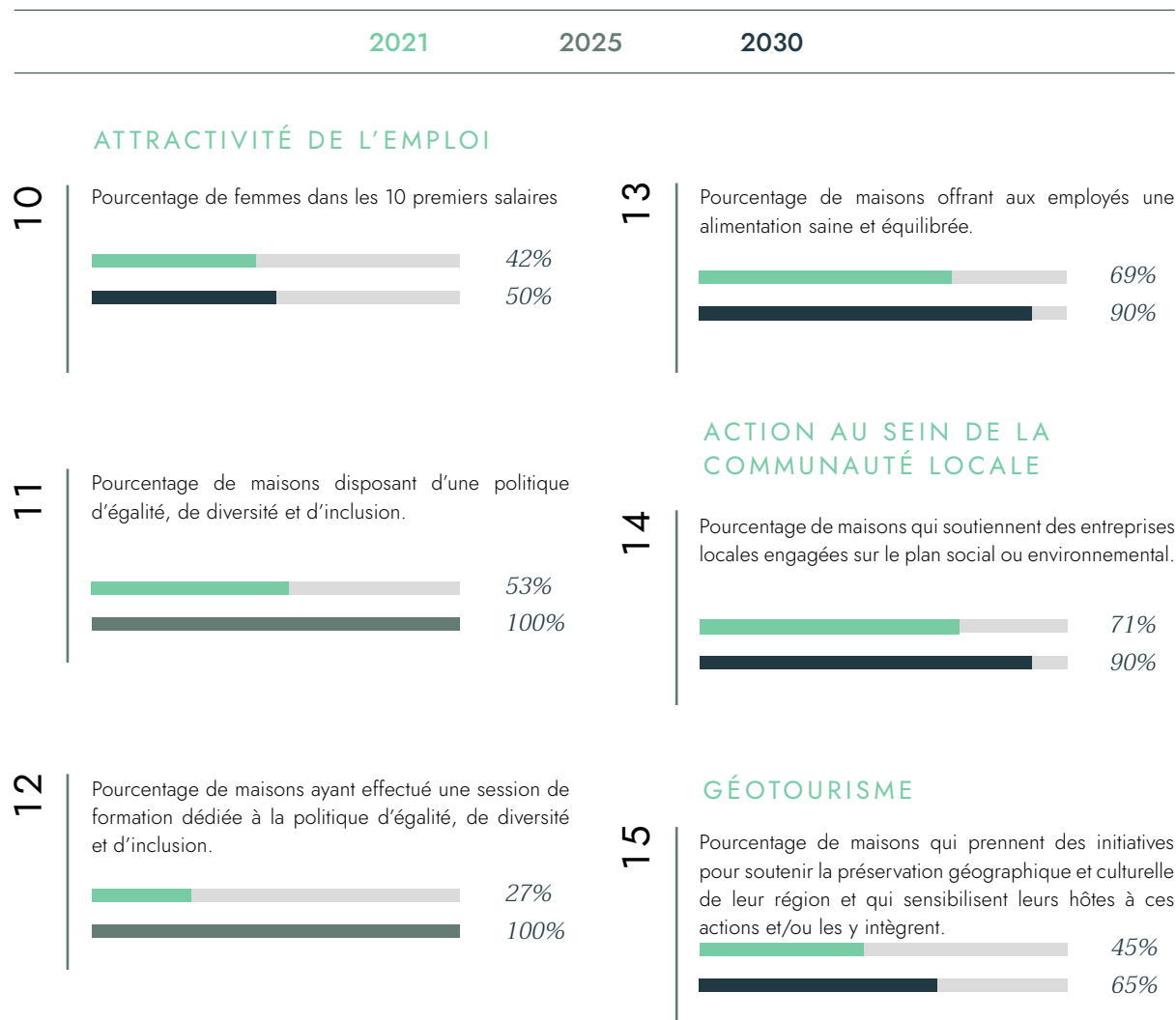
# LA CUISINE DURABLE

Défendre l'art culinaire local, innovant et éthique



PILIER 3  
**IMPACT  
 SOCIAL ET SOCIÉTAL**

Au cœur des communautés locales



# 03

## RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE IMPACT & INDICATEURS

Les informations contenues dans ce rapport ont été fournies directement par nos maisons grâce à un questionnaire détaillé. Il détermine dans quelle proportion les comportements écologiques sont déjà ancrés dans notre association, identifie les domaines que nous devons prioriser collectivement et nous permet de fixer des objectifs communs pour améliorer nos performances futures en matière de développement durable.

Le questionnaire lui-même n'est pas un document statique. Il évoluera au fil du temps grâce à une consultation régulière de nos maisons et de nos partenaires, à travers des workshops et la création d'un comité pour le développement durable. Cette démarche nous permet d'être à la pointe de la législation nationale sur chacun de nos territoires, et au fait des dernières données, tendances et priorités environnementales et sociales.

Ce projet évoluera également en collaboration avec nos maisons et nos parties prenantes, en comprenant et en respectant leurs besoins, et en s'appuyant sur leur expérience et leurs idées. Ainsi, nous progresserons tous ensemble pour atteindre nos objectifs communs de développement durable.





PILIER UN  
LA PROTECTION  
DE L'ENVIRONNEMENT

La préservation de l'environnement exige responsabilité et action de la part de nos maisons. Le réchauffement de la planète, l'épuisement des ressources en eau, la pollution et d'autres facteurs s'aggravent, comme l'a démontré avec force l'été 2022. Les vagues de chaleur, les incendies et la sécheresse se multiplient partout dans le monde, entraînant une perte importante de la biodiversité.

Mais avec plus d'une maison sur cinq située dans une réserve naturelle et 85 % d'entre elles disposant d'espaces verts, nos membres s'adaptent déjà et s'engagent à réduire leur impact sur l'environnement.

## LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT LES CERTIFICATIONS

**30 %** des propriétés ont obtenu une certification de développement durable ou un écolabel.

GREEN GLOBE

2.1%

EU ECOLABEL

Services touristiques

3.2%

GREEN KEY

6%

AUTRES CERTIFICATIONS

21%

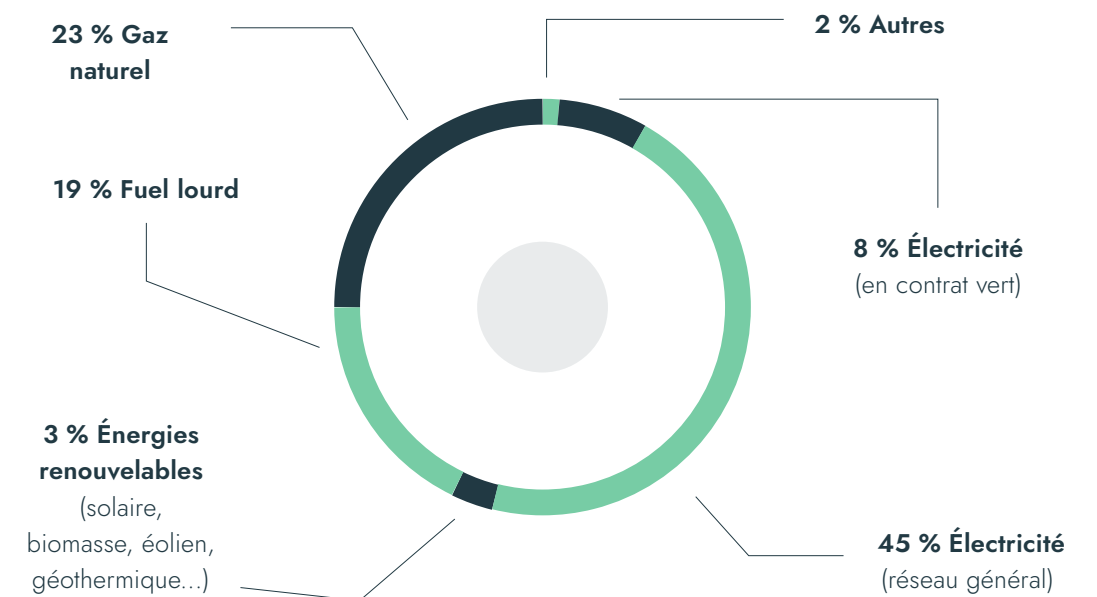
### AUTRES CERTIFICATIONS OBTENUES PAR NOS MAISONS

B Corp / Fourchette bleu / Certified Green by the Green Restaurant Association / LEED / Private LABEL - Ecoqualis / Tourism Sustainability Certification / Green hospitality / EarthCheck / Ecotable / Ecocert / NOW Sustainability / Label de qualité du Parc National du Grand Paradis / Valeur Parc Naturel / Vitale Vert/ Swisstainable 2, EFQM / SOSTain & VIVA certification / Blue Flag

## LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT L'ÉNERGIE

**70 %** des propriétés sont en mesure de déclarer leur consommation d'énergie.

La répartition par source de la consommation d'énergie déclarée est présentée ci-dessous :



# MATIÁS DE CRISTOBAL

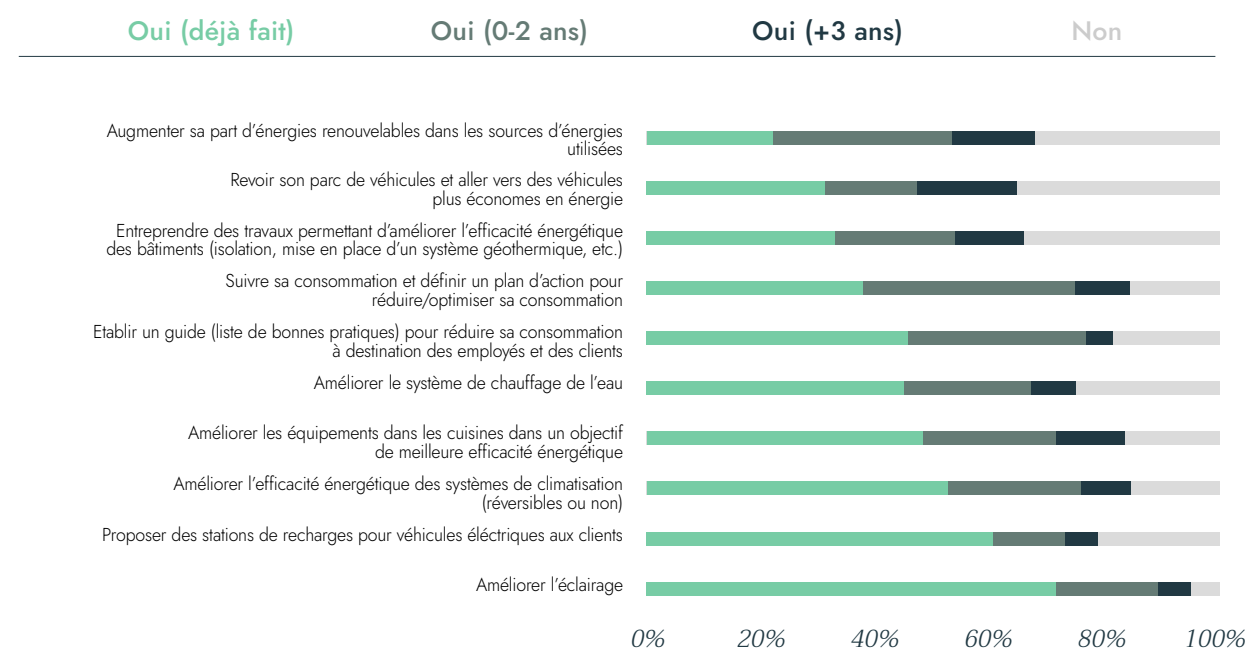
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
AWASI IGUAZÚ, ATACAMA ET  
PATAGONIE, ARGENTINE ET CHILI



« Nos trois maisons sont devenues neutres en carbone en 2021. C'est un investissement fondamental pour notre avenir. Je déteste l'expression « sauver la planète ». Elle reflète l'arrogance humaine, comme si la planète avait besoin des humains et que nous étions là pour la sauver. Nous sommes tout au plus capables de nous

sauver nous-mêmes et de préserver les écosystèmes naturels qui nous font vivre. C'est pourquoi, à Awasi, nous investissons dans la préservation de la culture et de la nature parce que nous y croyons, parce que nous pensons qu'elles sont essentielles à l'existence humaine.

## Action pour réduire la consommation d'énergie



## SCOPE 3 : ACTIONS ENGAGÉES POUR RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE DES FOURNISSEURS

Services de blanchisserie  
**38%**  
des maisons

Services de transport  
**30%**  
des maisons

Autres actions :  
Optimisation des  
plans logistiques



# LUISA LORENZO

MAÎTRE DE MAISON  
A QUINTA DA AUGA, ESPAGNE

« Chaque année, en mars, nous éteignons les lumières pour célébrer l'Heure de la Terre initiée par le Fonds mondial pour la nature, afin de sensibiliser le public aux incendies causés par le changement climatique. Mais notre démarche n'est pas une initiative isolée : nous nous sommes engagés à adopter des technologies de pointe tout en préservant le caractère ancestral de nos bâtiments historiques. Nous nous sommes tournés vers diverses techniques, notamment la micro-cogénération (refroidie par l'eau de la rivière Sar toute proche). Ce système utilise le gaz pour répondre à la totalité des besoins en eau chaude sanitaire de la quinta, il produit de l'électricité et permet de réduire la consommation d'énergie de 40 % par rapport aux méthodes traditionnelles. Nous avons installé 15 panneaux solaires, soigneusement dissimulés pour préserver la vue sur la belle architecture de l'hôtel. Et nous sommes passés au chauffage et à la climatisation géothermique pour l'ensemble du bâtiment, grâce à un système de pompes à chaleur et de puits creusés à 150 m de profondeur. Ce système met à profit les murs de pierre anciens et épais du bâtiment et une isolation minutieuse des sols et des plafonds, pour réaliser des économies considérables par rapport aux techniques traditionnelles.

## LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT LA BIODIVERSITÉ

### FORMATION EN BIODIVERSITÉ

72%

des maisons proposent une formation à la protection de la biodiversité à leurs jardiniers et/ou agriculteurs.

### ESPACES VERTS

73%

des maisons ont aménagé certains de leurs espaces verts (forêts, bois, étangs, etc.) pour favoriser la biodiversité.

### PROGRAMME OFFICIEL

23%

des maisons mènent un programme officiel de protection de la flore et de la faune en partenariat avec une association locale, une ONG ou d'autres organismes.



## YAP MENG YEE

APICULTEUR  
TENKU NO MORI, JAPON



Niché au milieu de montagnes richement boisées, Tenku no Mori offre à nos abeilles un havre de paix idyllique. Nous préservons les abeilles semi-domestiques *Apis japonica*, très rares et très précieuses. J'accorde une attention particulière au besoin d'espace de cette abeille. Je place les ruches éloignées les unes des autres dans la forêt pour éviter la concurrence, notamment avec les abeilles sauvages qui sont fortement menacées par rapport aux abeilles domestiques. Nous vivons en synergie avec nos ruches : nous veillons à ce que les abeilles puissent butiner à volonté dans un environnement sans pesticides car ce sont elles qui pollinisent nos potagers biologiques.

## SUJÁN INDE

Située dans l'une des régions les plus riches en biodiversité au monde, la restauration, la préservation et la protection du paysage sont essentielles à la vision de SUJÁN en tant que gardienne de la nature sauvage qui l'entoure. En collaboration avec les communautés locales, elle s'efforce de soutenir et de maintenir l'intégrité de l'écosystème afin que la flore et la faune coexistent en harmonie avec la population humaine.

Les recherches permanentes de l'équipe de SUJÁN et l'analyse des données prélevées sur le terrain ont permis de réaliser les tous premiers recensements sur la faune et la flore de la région, permettant d'appréhender le fonctionnement de l'écosystème et d'inspirer des activités de préservation et d'amélioration du milieu naturel. Ces activités de sensibilisation et les efforts entrepris ont permis de préserver et de restaurer plus de 10 000 hectares de nature sauvage, qui sont devenus un habitat naturel idéal pour les léopards ainsi que pour 30 autres espèces de mammifères, 272 espèces d'oiseaux et 70 espèces de flore.



## AVATON LUXURY VILLAS RESORT GRÈCE

Situé dans une zone protégée NATURA 2000, l'Avaton est actif dans tous les domaines du développement durable et collabore avec des organisations non gouvernementales de premier plan. Arcturos, l'une des ONG les plus importantes et les plus connues de Grèce, est un partenaire local essentiel. Cette organisation caritative a commencé par sauver des ours exploités par des cirques et des zoos, avant de les rééduquer et de les relâcher dans des espaces préservés. Elle protège aujourd'hui douze espèces indigènes, dont des ours et des loups, dans leurs habitats naturels du nord de la Grèce.



L'Avaton a répondu avec enthousiasme à la demande de soutien de l'organisation caritative. Ce partenariat devenu fructueux a permis la co-création d'un ours en peluche qui rencontre un grand succès auprès des clients de l'hôtel. L'achat de cet ours par environ 60 % des clients permet de continuer à financer le travail essentiel d'Arcturos. L'ampleur de l'engagement de l'Avaton, avec notamment ses programmes de recyclage des piles et de l'huile de cuisson, a été récompensée par le label Clef verte, une reconnaissance d'excellence en matière de responsabilité environnementale destinée aux établissements touristiques.

## LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT L'EAU



SHAN VARTY

COFONDATEUR  
ET MAÎTRE DE MAISON  
LONDOLOZI, AFRIQUE DU SUD



À Londolozi, notre objectif est de mettre au point de nouveaux systèmes pour vivre en symbiose avec la nature. La préservation de

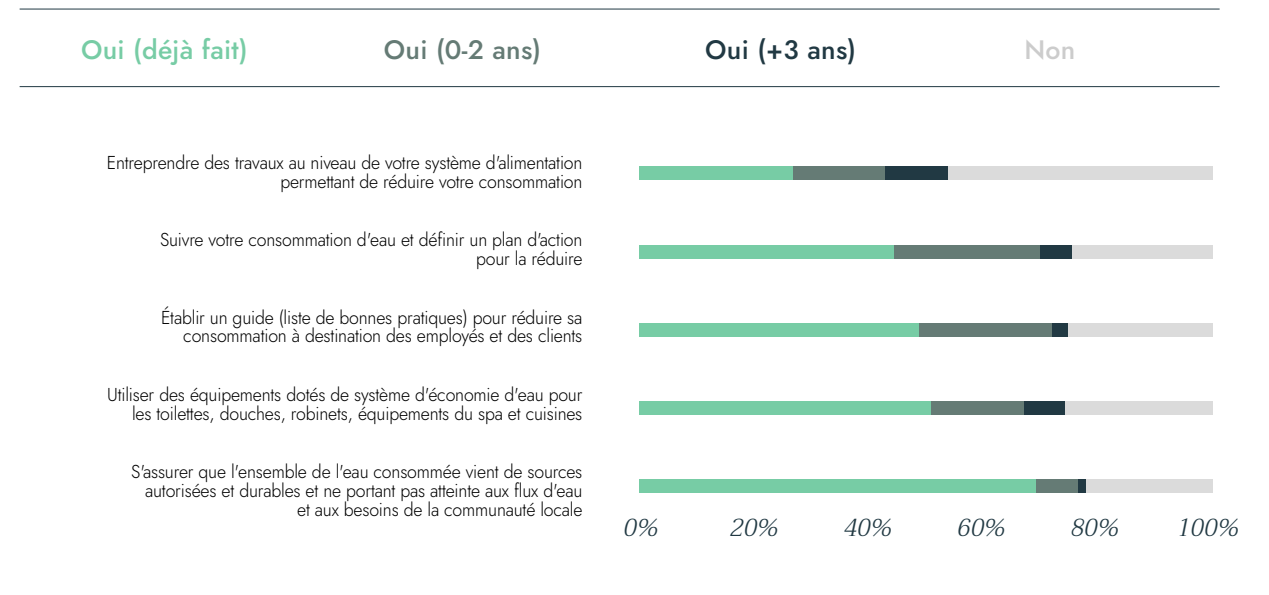
l'eau est l'une de nos priorités, c'est pourquoi nous avons investi dans une station de traitement des eaux usées. Ce système est l'un des plus avancés de l'hémisphère sud et permet d'évacuer dans la nature nos eaux usées traitées avec le maximum de précautions.

**12 %**  
des maisons ont effectué une évaluation de leur empreinte environnementale.

**72 %**  
des maisons sont en mesure de déclarer leur consommation d'eau.

En moyenne, notre consommation d'eau est de **1440 litres par nuitée.**

## Action pour réduire la consommation d'eau



## PIKAIA LODGE, ÎLES GALÁPAGOS

L'eau douce est rare sur les îles Galápagos et la préservation de l'eau reste l'un des plus grands défis de la maison. L'eau du Pikaia Lodge provient des puits communaux de Puerto Ayora. Elle est acheminée jusqu'au lodge par des moyens de transport tiers et remplit des réservoirs dédiés. L'utilisation de transporteurs de la région permet d'éviter d'amener davantage de véhicules sur l'île et de respecter l'engagement de responsabilité sociale consistant à faire appel aux entreprises locales dans la mesure du possible.

L'eau des puits est traitée par UV et ozone, mais elle n'est pas considérée comme potable. En revanche, les toits du Pikaia sont conçus pour recueillir l'eau de pluie qui est purifiée par osmose inverse, traitée aux UV ou à l'ozone dans un réservoir en acier inoxydable, puis utilisée dans les cuisines du lodge. Cette eau pure passe à nouveau par d'autres filtres afin d'être utilisée pour la cuisine, la préparation de jus de fruits, l'eau potable et la glace, évitant ainsi le recours aux bouteilles en plastique. Des dispositifs d'économie d'eau de haute qualité, installés notamment dans les toilettes, sur les pommes de douche et les robinets, permettent de limiter la consommation d'eau une fois qu'elle a été recueillie.



LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT  
**LE PLASTIQUE**

**RÉDUIRE LE  
PLASTIQUE À  
USAGE UNIQUE**

**74%**

des maisons ont éliminé  
les pailles, gobelets et  
bouteilles en plastique à  
usage unique.

**PLASTIQUE DANS  
NOS CUISINES**

**68%**

des maisons utilisent encore des  
produits en plastique (par exemple,  
du film alimentaire et des gants) dans  
la cuisine. Trouver des alternatives  
pour les équipements de cuisine reste  
encore un défi.

**MIRAZUR  
FRANCE**



Selon les Nations Unies, si l'humanité continue de consommer du plastique au rythme actuel, le plastique l'emportera sur les poissons de la planète d'ici 2050. En 2019, le chef Mauro Colagreco du Mirazur, restaurant trois étoiles au guide Michelin situé dans le sud de la France, s'est fixé pour mission d'éliminer tout plastique à usage unique de son établissement.

Pendant trois ans, le chef et son équipe ont collaboré avec leurs fournisseurs pour auditer tous les plastiques utilisés. Ils ont réfléchi à des solutions de remplacement, ainsi qu'à la manière de limiter la consommation d'articles à usage unique en général. L'un des chiffres les plus remarquables est celui de la consommation de film plastique qui a été réduite de 10 000 km (6 200 miles) par an, soit la distance entre le Mirazur à Menton et Buenos Aires, la ville natale de Mauro Colagreco. Les habitudes ont été changées au sein du restaurant, et quand l'utilisation de film s'avère indispensable celui-ci est remplacé par un plastique PLA d'origine végétale compostable sur place.

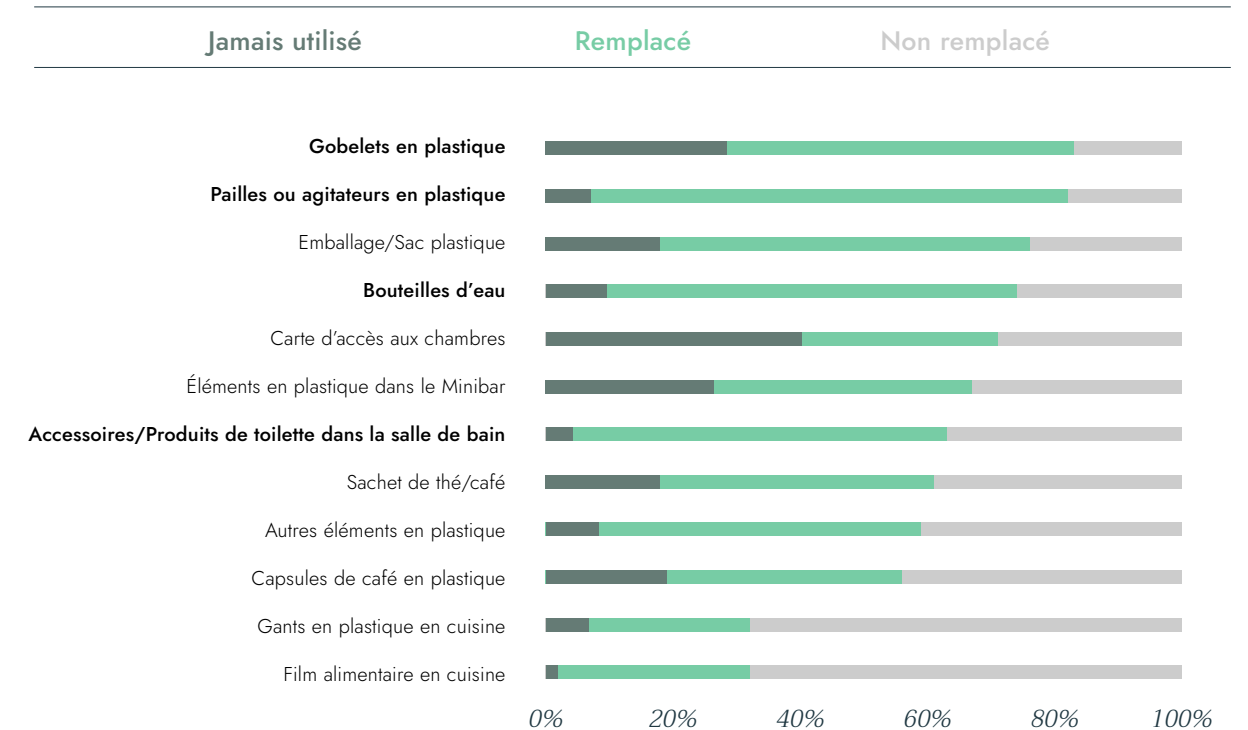
**PLASTIQUE À USAGE UNIQUE**

Gamme de produits créés par  
Palatino en 2020 pour réduire  
la consommation de plastique à  
usage unique.



POURCENTAGE DE MAISONS QUI ONT REMPLACÉ LES PRODUITS EN PLASTIQUE À USAGE UNIQUE

Accessoires / Produits de toilette dans la salle de bain	Pailles	Gobelets	Bouteilles
<b>63%</b>	<b>82%</b>	<b>83%</b>	<b>74%</b>



## LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ACHATS RESPONSABLES

### PRODUITS D'ENTRETIEN

**69%**  
des maisons appliquent des normes responsables sur les produits de nettoyage. 13% utilisent strictement des produits 100% biologiques.

### PRODUITS DE BEAUTÉ POUR LE SPA

**46%**  
des maisons appliquent des normes responsables sur les produits de beauté des spas. 18% n'utilisent que des produits 100% biologiques.

### LINGE

**71%**  
des maisons appliquent des normes responsables sur le linge, les serviettes, les serviettes de table, les nappes et les vêtements professionnels. 34% utilisent strictement des produits en fibres 100% naturelles.

### PESTICIDES ET HERBICIDES

**98,7%**  
des espaces extérieurs ne reçoivent aucun traitement chimique.

### FLEURS ET PLANTES EN POT

**65%**  
des maisons veillent à ce que leurs fleurs coupées (et leurs plantes en pot décoratives) soient 100% locales (<250km), saisonnières et cultivées de manière responsable.

## BELLEVUE HOTEL & SPA, ITALIE



Le Bellevue Hotel & Spa se situe au cœur du parc national italien du Grand Paradis, dans la Vallée d'Aoste. Les spas des Alpes sont prisés depuis longtemps pour leurs propriétés curatives et le Bellevue s'inscrit dans une démarche durable dans ce cadre traditionnel.

Concernant les soins proposés aux hôtes, le Bellevue Hotel & Spa n'utilise que des produits bio et locaux pour son centre de bien-être. L'hôtel s'inspire d'anciennes recettes à base de plantes pour ses remèdes, et d'autres préparations sont réalisées à partir de l'eau du glacier et de boue mélangées à du miel, du lait et du vin de la région. Le centre propose également une large gamme de cosmétiques bio traditionnels. Ils proviennent tous du Profumo Santa Maria Novella, une pharmacie florentine vieille de 600 ans qui élabore des parfums et des produits de soin modernes sur la base de recettes ancestrales.

## Gestion du linge

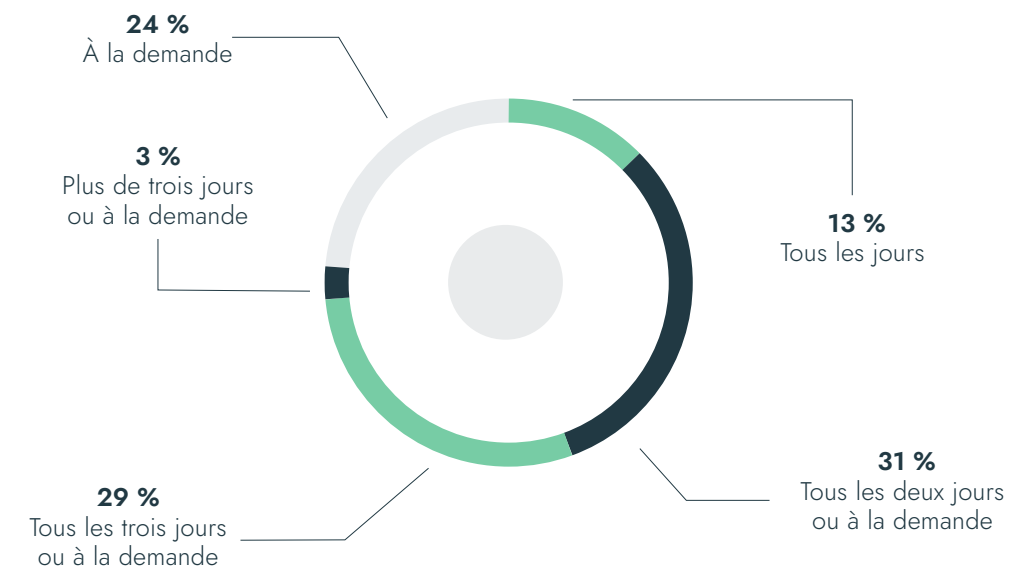
### PROGRAMME DE RÉUTILISATION DU LINGE

**77%**  
des maisons ont mis en place un programme de réutilisation du linge (serviettes ou draps) dans les chambres.

### QUANTITÉ DE LINGE LAVÉ

**18%**  
des maisons mesurent la quantité de linge lavé par an.

### Fréquence de remplacement du linge





PILIER DEUX  
LA  
CUISINE DURABLE

Nos restaurants jouissent d'une renommée internationale et la qualité des produits est au cœur de la créativité et de l'excellence de nos chefs. Mais cette qualité est tributaire de la protection de la terre, de la santé et de l'intégrité des sols. Faire le choix de produits de saison témoigne en temps réel des variations de la nature tout au long de l'année.

Près de la moitié (44 %) de nos restaurants possèdent leur propre potager et nombre d'entre eux produisent eux-mêmes les ingrédients essentiels à leurs recettes, comme le miel et les œufs. Nos maisons prouvent ainsi qu'elles sont prêtes à investir concrètement dans la qualité des aliments avec rigueur et passion.

## LA CUISINE DURABLE ALIMENTATION SAINE ET DURABLE

### INGRÉDIENTS DE BASE

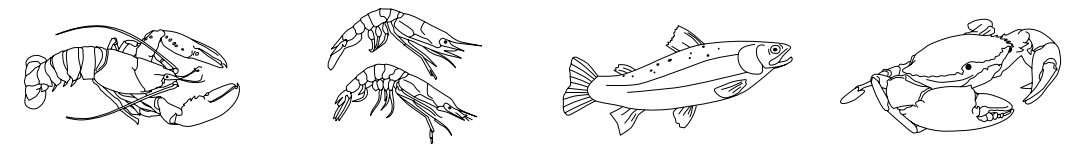
74 % des maisons n'utilisent que des ingrédients biologiques (certifiés ou non) et 13 % des maisons prévoient une transition vers des ingrédients biologiques.

74%

### BIEN-ÊTRE ANIMAL

64 % des maisons veillent à ce que leurs fournisseurs respectent les « cinq libertés fondamentales » liées au bien-être animal de L'Organisation mondiale de la santé animale.

64%



### LES PRODUITS DE LA MER DURABLES

66 % des propriétés considèrent (1) le nom latin de l'espèce, (2) l'origine, (3) la méthode de pêche et (4) la maturité (pour les produits de la mer sauvages) et les pratiques d'élevage (pour l'aquaculture) conformément aux recommandations des ONG lors de l'achat de produits de la mer.

66%

## DAL PESCATORE ITALIE

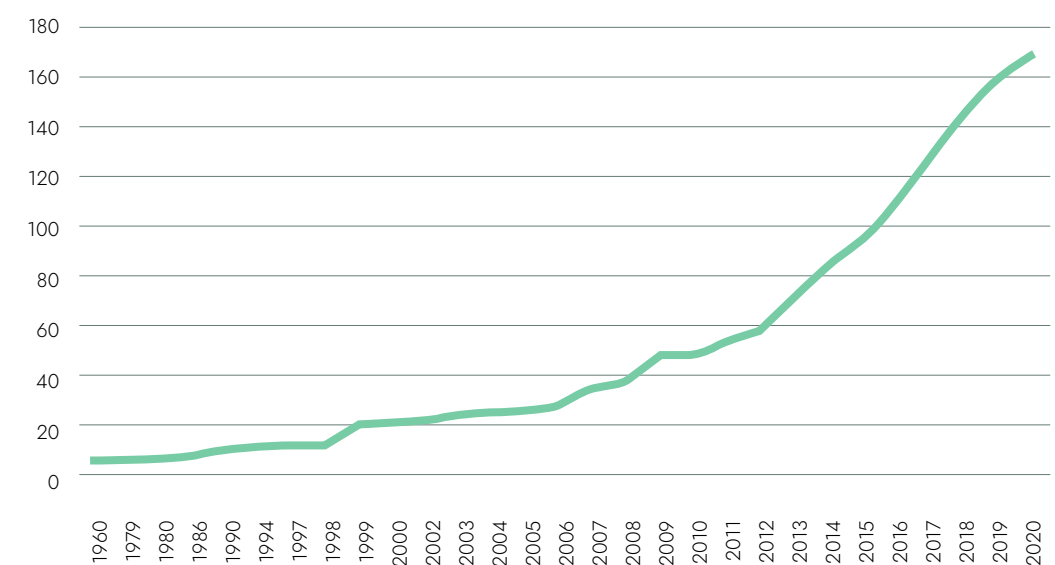
Dal Pescatore, restaurant trois étoiles au guide Michelin à deux heures à l'est de Milan en Italie, appartient à la famille Santini. Lors du premier confinement en 2020, dans un contexte de profonde incertitude et de perturbation des chaînes d'approvisionnement, la famille décide d'acheter un terrain adjacent au restaurant, afin de produire une grande partie de ses aliments et de réduire sa dépendance aux livraisons. Sur ce terrain faisant auparavant l'objet d'une agriculture intensive, les Santini ont instauré une méthode de culture entièrement régénérative, une approche qui non seulement a des effets positifs sur le sol mais favorise aussi la biodiversité. « Nous voulions créer un modèle de vérité et de valeurs », explique Giovanni Santini, la quatrième génération de chefs à la tête de ce restaurant fondé en 1926.

Au début, le projet du Dal Pescatore semblait complexe et ambitieux. Deux ans plus tard, ses terres abritent une forêt



vivrière, avec un poulailler et un rucher pour le miel, un verger et un potager, ainsi qu'un troupeau de vaches qui pâturent entre les parcelles. Chacune dispose de plantes spécifiques pour le fourrage et le fumier les fertilise au fur et à mesure. Sous terre, le sol plus sain peut stocker des centaines, voire des milliers de tonnes de carbone issues de l'atmosphère.

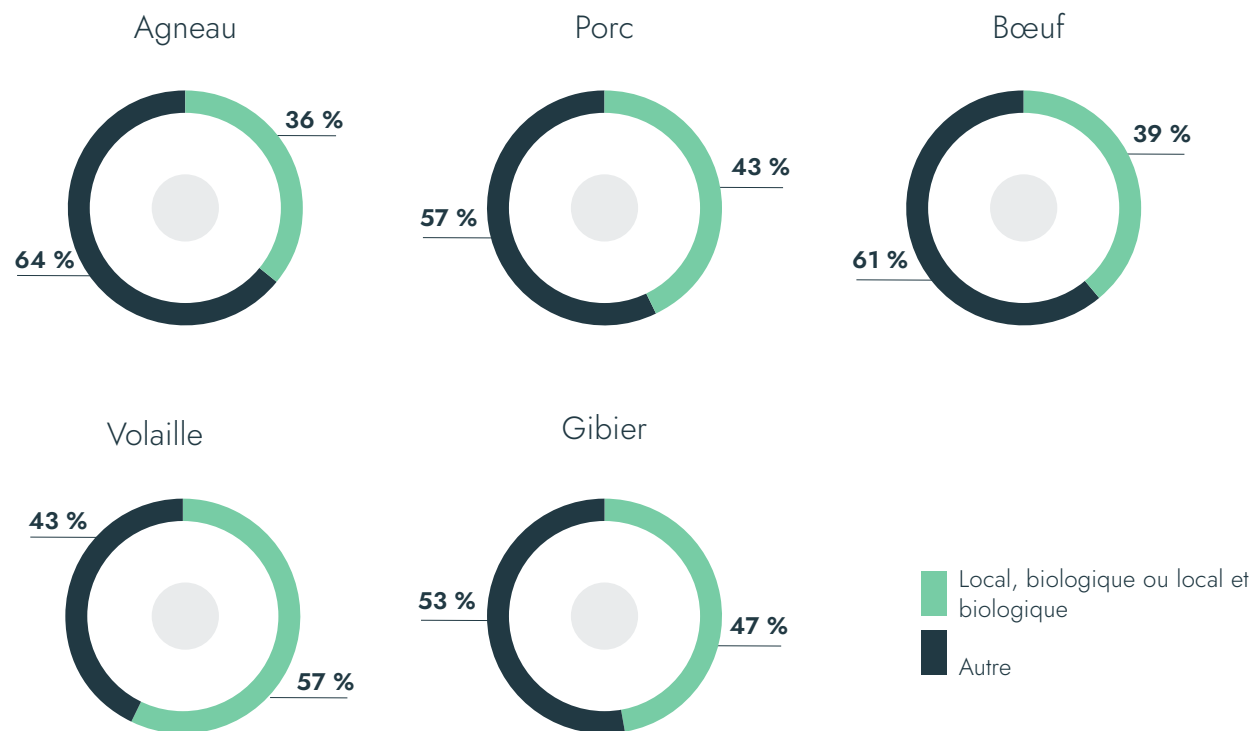
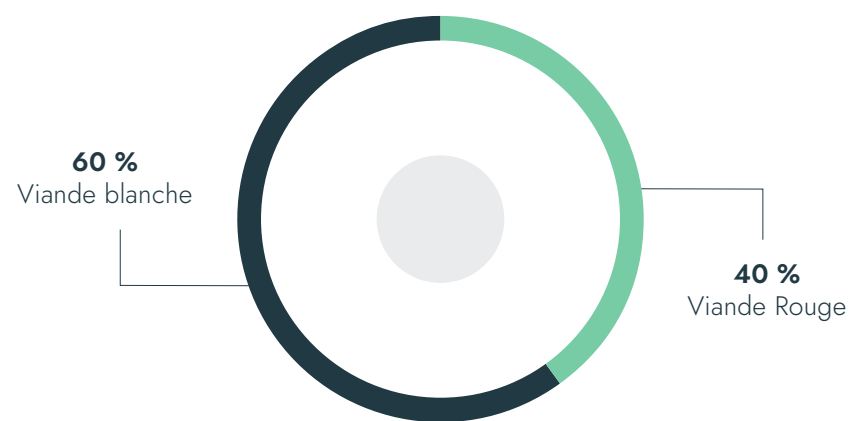
Nombre de propriétés considérant  
les quatre critères lors de l'achat de produits de la mer



## VIANDE

L'agriculture industrialisée cultive des monocultures qui dépendent de pesticides et d'engrais dérivés de combustibles fossiles. En revanche, l'agriculture régénératrice consiste à favoriser la santé des sols, qui regorgent de micro-organismes, d'insectes et de champignons, en associant cultures et animaux. Les animaux font partie intégrante des exploitations agricoles à petite échelle.

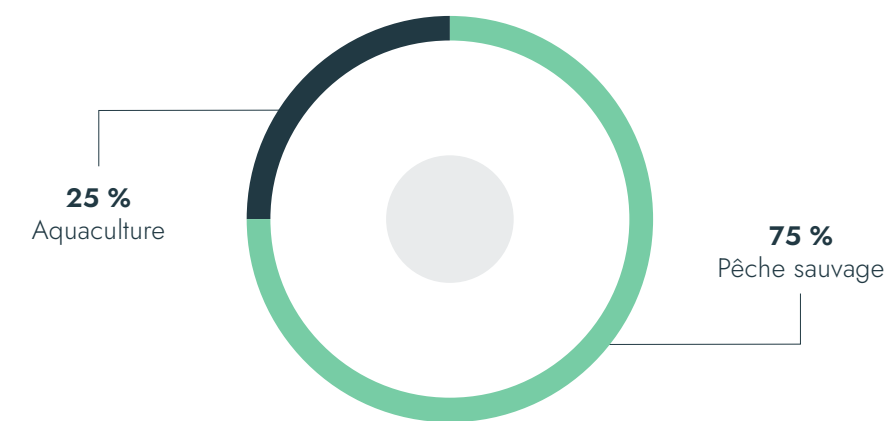
Mais cela n'enlève rien au fait que la réduction de la consommation de viande est l'une des solutions les plus efficaces pour lutter contre le changement climatique (Projet Drawdown).



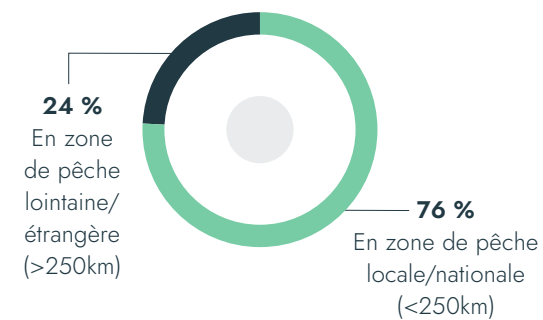
## POISSONS, CRUSTACÉS ET MOLLUSQUES

Selon L'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), plus de 90 % des poissons, crustacés et mollusques sauvages sont soit pêchés à saturation, soit surpêchés. Et plus de la moitié de tous les poissons consommés dans le monde sont issus de l'élevage.

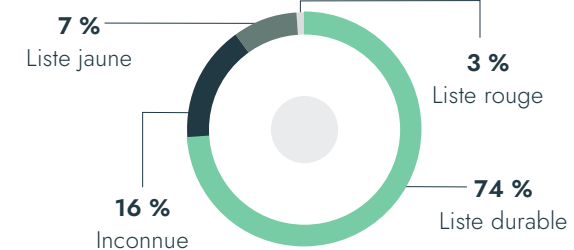
Une grande partie de ces produits étant consommés dans les restaurants, les décisions prises par les chefs ont un impact considérable sur la préservation des ressources marines.



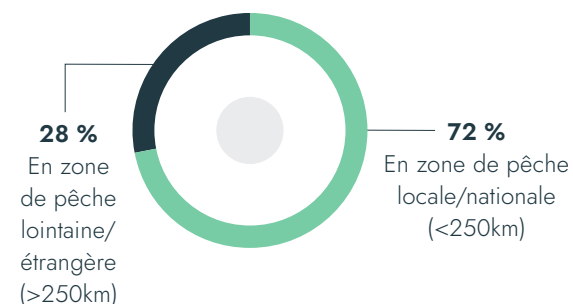
### Pêche sauvage, distance d'approvisionnement



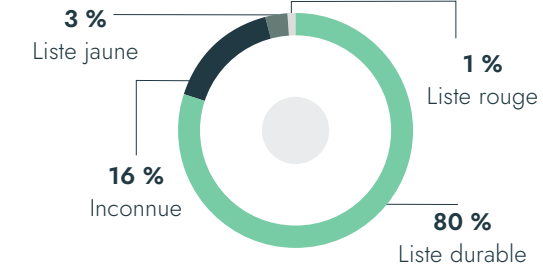
### Pêche sauvage, évaluation de la durabilité



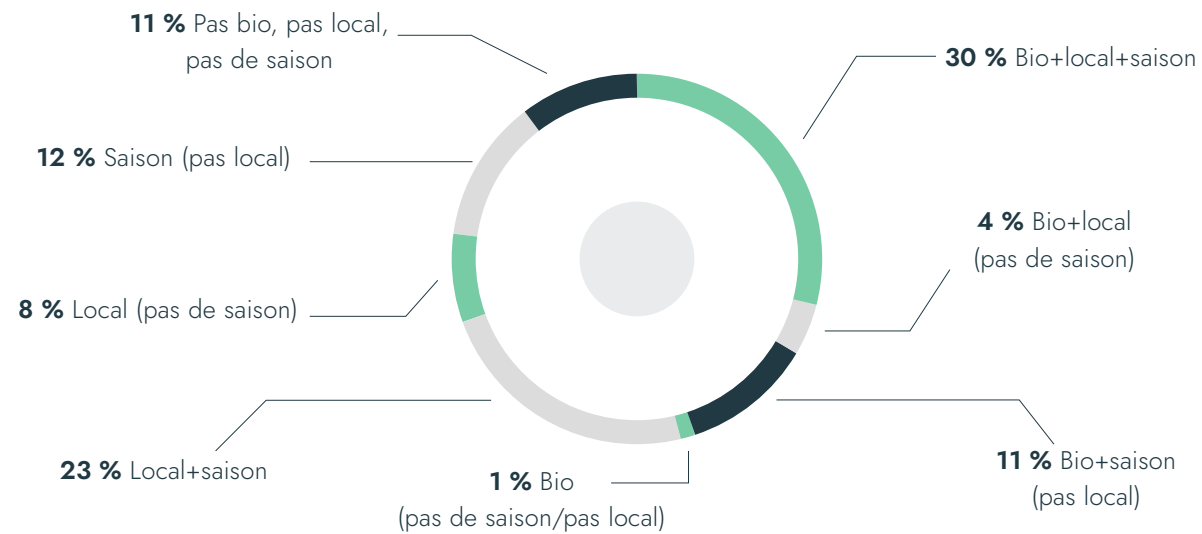
### Élevage, distance d'approvisionnement



### Élevage, évaluation de la durabilité



## LES LÉGUMES



## MENUS SPECIFIQUES

### SANS ALLERGÈNE

**92%**

des maisons proposent des options sans allergènes (gluten, noix, etc.).

### VÉGÉTARIEN

**96%**

des maisons proposent des options végétariennes.

### VEGAN

**83%**

des maisons proposent des options végétaliennes.

## BOISSONS

### BOISSONS NATURELLES

**73%**

des maisons proposent des boissons biologiques, biodynamiques, naturelles, ou respectueuses de l'environnement (qu'elles soient certifiées ou non) sur leur carte de boissons.

### SANS-ALCOOL

**81%**

des maisons proposent des options sans-alcool (vin, bière, spiritueux).

Presque tous les restaurants indiquent s'adapter aux demandes des clients.



## HOTEL QUADRILLE POLOGNE

Selon Project Drawdown, une référence respectée dans le domaine des solutions climatiques, les trois mesures les plus efficaces pour inverser le changement climatique sont la réduction du gaspillage alimentaire, l'amélioration de la santé et de l'éducation et la promotion d'une alimentation riche en végétaux.

L'Hôtel Quadrille met les légumes à l'honneur dans son restaurant Biały Królik. Le chef Marcin Popielarz, pionnier de la cuisine végétale, redéfinit cette dernière dans un pays réputé pour ses spécialités faussement simples, à base de viande et de pommes de terre. En tant qu'ambassadeur de Chefs for Change et de Roślinnie Jemy (dont la devise est «les légumes sont l'avenir»), Marcin Popielarz a pour mission de mettre la santé et l'environnement au cœur des préoccupations de chacun.

Depuis cette initiative, le menu dégustation vegan est presque aussi populaire que le menu classique. De plus en plus de clients souhaitent goûter à la cuisine vegan par curiosité ou parce qu'ils sont de plus en plus sensibles aux questions environnementales, et le chef se fait un plaisir de les guider dans le monde de la gastronomie végétale. « Au début, j'étais surtout intéressé par la transposition des techniques de cuisine vegan et végétarienne dans mes propres plats, mais finalement, cette expérience m'a fait complètement changer de perspective. Désormais, mon objectif personnel est de faire adorer le goût des produits vegan à tout le monde, et pas seulement aux amateurs de gastronomie vegan ou végétarienne. »

## DANIEL HUMM

### CHEF

ELEVEN MADISON PARK, NEW YORK, ÉTATS-UNIS

Le système alimentaire actuel n'est pas durable. Je n'ai jamais pensé que je serais un jour à la tête du mouvement de la haute gastronomie vegan, mais depuis l'ouverture de notre restaurant à base de plantes en juin 2021, notre approche s'est étendue au reste du secteur. Nous sommes le seul restaurant vegan trois étoiles au guide Michelin dans le monde et notre plus belle œuvre est encore à venir.



## LA CUISINE DURABLE PRODUCTION SUR SITE



LÉGUMES

44%



HERBES  
AROMATIQUES

62%



FRUITS

37%

BOULANGERIE

48%

ŒUFS

11%

VIN

10%

MIEL

18%

PRODUITS DE  
CUEILLETTE

19%

## KATINA CONNAUGHTON

DIRECTRICE AGRICOLE  
SINGLETHREAD – FARM – RESTAURANT  
– INN, CALIFORNIE, ÉTATS-UNIS



Notre ferme se démarque des autres, car nous occupons 10 hectares au sein d'une vallée riche en vignobles. Nous cultivons 70 % des ingrédients que nous utilisons dans notre restaurant, notamment des légumes, des fruits, du miel, des fleurs coupées et des herbes aromatiques. Nous avons la chance d'apporter beaucoup de biodiversité au comté de Sonoma, où l'on cultive essentiellement des raisins dans les vignobles de la région. Une fois que nous aurons tissé la trame de la biodiversité dans le monde entier, nous serons suffisamment forts pour supporter une grande partie de ce que nous vivons actuellement avec le changement climatique. La biodiversité est le filet de sécurité de la Terre.

## CLARE FALZON

CHEF  
HENTLEY FARM, AUSTRALIE

Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, si le gaspillage alimentaire était un pays, il serait le troisième plus gros pollueur au monde. À Hentley Farm, nous essayons de contribuer activement à la lutte contre ce fléau et nous mettons un point d'honneur à cuisiner l'intégralité de nos produits. Nous utilisons des parties qui finissent habituellement à la poubelle. Les feuilles de fenouil sont infusées dans l'huile d'olive, les feuilles de chou-fleur sont fermentées et les coquilles d'œufs sont réutilisées comme contenant pour nos pré-desserts.



## LA CUISINE DURABLE

# DÉCHETS ALIMENTAIRES

### ACTIONS ENGAGÉES POUR RÉDUIRE LES DÉCHETS ALIMENTAIRES



#### INITIATIVES

91%

des maisons ont entrepris des initiatives pour réduire la quantité de déchets alimentaires.

#### RECETTES

90%

des maisons ont revu leurs recettes pour réduire la quantité de déchets produits.

#### ÉQUIPES EN CUISINE

99%

ont formé leurs équipes en cuisine à la réduction du gaspillage alimentaire.

#### ONG

25%

des restaurants collaborent avec une organisation locale pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

## LA MAISON BLEUE

### YOANN CONTE, FRANCE



Ce manoir du XXe siècle qui trône paisiblement entre le lac d'Annecy et les montagnes environnantes est devenu une référence en matière de lutte contre le gaspillage alimentaire. C'est ici que se trouve l'Hôtel-Restaurant deux étoiles au guide Michelin La Maison Bleue où, depuis 2010, Yoann Conte s'inspire du rythme des saisons et de la richesse des plantes à différentes périodes de l'année pour réinterpréter la cuisine locale.

La simple présentation de son plat revisité autour de la carotte « rien ne se jette, tout se transforme », résume sa démarche. Ce plat est à la fois un hommage à sa grand-mère Anna et aux ravioles de carotte de Marc Veyrat, son prédécesseur. Le légume est décliné en jus, en glace, en purée et travaillé caramélisé. Les couleurs et les saveurs de la carotte sont magnifiées de diverses manières, comme une démonstration éclatante de la gaieté et de la liberté qu'offre la cuisine zéro déchet.

#### QUANTITÉS

20%

des restaurants mesurent les quantités de déchets produites par leur établissement.

#### RECUPÉRATION & COMPOSTAGE

66%

des restaurants collectent séparément, font composter sur place ou envoient en compostage leurs déchets.

En ce qui concerne les emballages, **71 %** des emballages métalliques, **83 %** des cartons, **78 %** des déchets d'emballages plastiques et **86 %** des déchets d'emballages en verre sont collectés séparément et envoyés pour être recyclés.



## LA CUISINE DURABLE HÉRITAGE CULINAIRE

LES LIENS ENTRE LES HÔTES ET LA CULTURE CULINAIRE

### ESPACES EXTÉRIEURS

60%

des maisons proposent à leurs hôtes la possibilité de visiter les jardins et les autres lieux de productions (vigne, potager, etc.).

### SENSIBILISATION

42%

des maisons proposent des ateliers de sensibilisation ou des cours de cuisine.



## GARETH STEVENSON

CHEF  
PALÉ HALL, ROYAUME-UNI

« Toutes nos actions en tant que chefs peuvent avoir un impact considérable sur notre système alimentaire. Parmi les ingrédients que nous aimons mettre en avant, citons le fromage Gorwydd Caerphilly, dont la texture est à la fois friable et crémeuse. Ce fromage, autrefois populaire chez les mineurs gallois, a vu sa production quasiment disparaître pendant la Seconde Guerre mondiale. Préparé à partir de lait cru, le Gorwydd Caerphilly est produit de façon artisanale selon des savoir-faire représentatifs de l'héritage gallois qu'il nous faut conserver à tout prix. »





## PILIER TROIS L'IMPACT SOCIAL ET SOCIÉTAL

**L'IMPACT SOCIAL :** À l'heure où l'égalité des sexes dans le secteur de l'hospitalité fait l'objet de vifs débats, les questions sociales telles que les conditions de travail, les contrats, les rémunérations, la parité salariale, la lutte contre les discriminations et la volonté d'offrir un environnement de travail plus inclusif sont des priorités absolues pour nos maisons.

Nous obtenons de bons résultats concernant la parité puisque 46 % de nos postes de direction sont occupés par des femmes et qu'elles perçoivent 42 % des 10 premiers salaires. La moitié de nos établissements a une politique stricte en matière d'égalité, de diversité et d'inclusion parmi lesquels plus de la moitié ont formé leurs équipes à ces règles. En revanche, seuls 5 % de nos chefs exécutifs sont des femmes, un reflet de la tendance générale du secteur, sur laquelle nous espérons avoir un impact positif au cours de la prochaine décennie.

Néanmoins, la cohésion et la convivialité sont au cœur de la vie active de nos maisons. Les trois quarts d'entre elles ont organisé, malgré les problèmes posés par la pandémie, entre deux et trois événements de team building en 2021.

**L'IMPACT SOCIÉTAL :** Nos maisons jouent un rôle essentiel au sein des communautés locales. Elles offrent des emplois et privilégient les relations avec les fournisseurs à proximité, qu'il s'agisse de paysans, de cultivateurs ou d'artisans, pour la cuisine, l'équipement des chambres, le mobilier et les tissus. En d'autres termes, le géotourisme (tourisme qui met en valeur la spécificité géographique d'un lieu) est au cœur de nos activités.

De cette façon, Relais & Châteaux ne contribue pas seulement à l'économie locale, mais assure la perpétuation de la culture du lieu, des coutumes et du patrimoine associés à une région.

## L'IMPACT SOCIAL ATTRACTIVITÉ DE L'EMPLOI

LES CONDITIONS  
DE VIE

**64 %** des maisons gèrent directement les conditions de vie de leurs employés, qu'ils logent sur site ou non.

### ACCÈS WIFI GRATUIT

**94%**

des maisons fournissent un accès wifi à leurs employés.

### ACTIVITÉS DE DÉTENTE

**38%**

des maisons proposent des activités de détente ou un accès aux équipements (piscine, golf, etc.) à leurs employés.

### ALIMENTATION SAINES

**69%**

des maisons proposent une alimentation saine et équilibrée à leurs employés.

### LOGEMENT

**56%**

des maisons proposent des chambres individuelles ou en partage à leurs employés.

Parmi les autres services fournis sont proposés des espaces de loisirs dédiés aux employés avec des boissons gratuites, des douches et des télévisions, des vêtements et une blanchisserie professionnelle, une assurance médicale privée ou des bilans de santé gratuits.

## GRANTLEY HALL ROYAUME-UNI

Bousculant les préjugés sur les métiers de l'hôtellerie, qui se caractérisent par de longues journées de travail, des horaires décalés, peu de vacances et de faibles salaires, Grantley Hall a déployé des efforts considérables pour améliorer les conditions de travail de tout son personnel.

Grâce à la Charte du bien-être au travail, l'équipe de l'hôtel bénéficie de salaires avantageux, de 31 jours de congés annuels, y compris les jours fériés, de l'accès à une salle de sport et à des cours de fitness réservés au personnel, d'une formation professionnelle sur mesure, d'un mentorat, de formations accréditées et de séminaires d'équipe. Les logements du personnel sur place, pour les postes éligibles, ont été conçus pour répondre aux besoins d'une main-d'œuvre moderne, avec un cinéma, une salle de sport et un espace extérieur.



La maison s'attache également au bien-être de son équipe et crée «les ambassadeurs du bien-être». Elle offre au personnel l'accès à une ligne d'assistance confidentielle, à des spécialistes de la santé mentale et à un centre de bien-être. Elle propose par ailleurs une mutuelle Simply Health et une assurance médicale privée pour les collaborateurs éligibles.

## SALAIRE ET PARITÉ

### FEMMES

**46%**

des managers des maisons  
Relais & Châteaux sont des femmes.  
Dans les 10 premiers salaires,  
42 % sont des femmes.

### PARITÉ SALARIALE

**13%**

des maisons calculent le différentiel salarial entre hommes et femmes. La moitié d'entre elles sont tenues de le faire par la loi (France, Royaume-Uni, Espagne, Suisse, Royaume-Uni, Canada). Les autres le font volontairement.

### CONGÉ MATERNITÉ

**près de 100%**  
des maisons accordent un congé maternité et 25 % offrent des indemnités au-dessus du plafond légal.

### CONGÉ PATERNITÉ

**88%**  
des maisons accordent un congé paternité et 19 % offrent des indemnités au-dessus du plafond légal.

### GARDE D'ENFANTS

**5%**  
des maisons proposent des services de garde d'enfants à leurs employés.

## ÉGALITÉ, DIVERSITÉ ET INCLUSION

**53 %** des maisons ont un programme d'égalité, diversité et politique d'inclusion avec des procédures disciplinaires claires. 27 % offrent une session de formation dédiée à cette politique.

**181**  
employés  
en situation  
d'handicap.

**96**  
employés  
avec un statut  
de réfugié.



## FLORIAN MOOSBRUGGER

MAÎTRE DE MAISON  
GASTHOF POST, AUTRICHE

« En 2015, nous avons créé un programme d'immersion linguistique sur mesure pour un apprenti réfugié de Syrie. Nous l'avons finalement engagé pour qu'il devienne un membre à part entière de notre équipe. Je crois sincèrement que si toutes les entreprises accueillait ne serait-ce qu'un seul réfugié, nous ferions beaucoup pour ces personnes déplacées, afin qu'elles se sentent utiles et intégrées dans un pays qui leur est étranger. »

## BORGO SAN FELICE ITALIE

Au cœur de la Toscane, l'Hôtel Borgo San Felice propose fièrement à ses hôtes de goûter aux plaisirs de la dolce vita. En collaboration avec la fondation *UMANA MENTE* (esprit humain), San Felice mène des projets d'agriculture sociale intégrant des personnes défavorisées en situation de handicap. La propriété leur offre des débouchés significatifs pour leur plan de carrière.



## TEMPS DE TRAVAIL, BÉNÉVOLAT ET RECONNAISSANCE

### RECONNAISSANCE DES EMPLOYÉS

**50%**

des maisons ont un programme officiel de reconnaissance/récompense pour leurs employés.



## JODIE RABY

RESPONSABLE DE L'ENTRETIEN  
OLD EDWARDS INN,  
CAROLINE DU NORD, ÉTATS-UNIS

« Nous avons accueilli le premier Sommet de l'entretien des locaux de l'histoire de Relais & Châteaux ici, à l'Old Edwards Inn. Les responsables des services d'entretien de la délégation d'Amérique du Nord (Canada, États-Unis, Mexique et Caraïbes) se sont réunis pour échanger leurs meilleures pratiques. Des idées innovantes ont été exposées concernant les roulements, des initiatives vertes (produits de nettoyage, linge de maison et équipements), l'engagement du personnel, et plus encore. »

Souvent, les chefs cuisiniers sont sous les feux de la rampe, mais le nettoyage est l'épine dorsale de chaque hôtel. C'était inspirant de rencontrer mes collègues d'autres régions, de savoir que nous faisons partie d'un ensemble plus grand et d'être reconnus pour le caractère indispensable de notre travail.

## RECRUTEMENT ET FORMATION

**83 %** des maisons ont un programme d'intégration pour les nouveaux employés à leur arrivée. 88 % de celui-ci inclut le programme d'intégration de Relais & Châteaux.

### PARTENARIATS

**83%**

des maisons ont des partenariats avec des établissements de formation/écoles.

### RECRUTEMENT

**18%**

des maisons ont recruté plus de 50 % de leurs apprentis ou stagiaires comme employés.

**87 %** des maisons recrutent des stagiaires, 69 % d'entre elles offrent une formation spécifique sur place et 77 % proposent un recrutement éventuel à la fin de l'apprentissage.



## ANA CLARA BOGLIOLI

INGÉNIEURE EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

LAS BALSAS, ARGENTINE

Las Balsas est la première maison certifiée B Corp de la famille Relais & Châteaux. Nous pensons que notre approche entraîne une grande fidélité des employés. En moyenne, les membres de notre équipe travaillent avec nous à l'hôtel depuis 7,5 ans. Au total, nous disposons donc de 255 années d'expérience professionnelle cumulées.

## LA MOTIVATION DU PERSONNEL

### ATELIERS PÉDAGOGIQUES

**42%**

des maisons organisent des ateliers pédagogiques ou événements à destination de leurs employés, avec en moyenne 3 à 4 ateliers par maison.

### COHÉSION D'ÉQUIPE

**75%**

des maisons organisent des événements de team building ou des sorties pour leurs employés, avec en moyenne 2 à 3 événements par maison.

### RELAIS TEAM



### TARIF RELAIS TEAM

**88%**

de nos maisons encouragent leurs employés à bénéficier du tarif Relais Team, qui est un tarif préférentiel disponible pour nos 42 000 employés lorsqu'ils voyagent au sein de nos maisons.

### SÉJOURS EMPLOYÉS

**5%**

ont bénéficié de ce tarif au moins une fois en 2021.

## L'IMPACT SOCIÉTAL

# ACTION AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ LOCALE

### CONTRIBUTION À L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE LOCALE

La principale contribution des maisons Relais & Châteaux aux économies locales est l'embauche de personnel local. En moyenne, **70 %** des employés sont embauchés localement (<50 km) et 11 % des propriétés emploient tout leur personnel dans un rayon de moins de 50 km.

#### PARTENARIATS

**74%**

des maisons ont établi des partenariats avec des entreprises, des organisations et des journaux locaux.

#### ENTREPRISES ENGAGÉES

**71%**

des maisons soutiennent des entreprises engagées localement, socialement ou écologiquement

#### ENTREPRISES LOCALES

**60%**

des maisons invitent leurs clients à soutenir l'économie locale (à l'oral, à travers des contenus digitaux ou imprimés).

#### FOURNISSEURS LOCAUX

**80%**

des maisons s'approvisionnent en biens/services artisanaux auprès de fournisseurs locaux. Principalement pour l'artisanat (céramiques, etc.), les produits cosmétiques, le mobilier, la décoration, la menuiserie, les uniformes et les accessoires.

## VÉRONIQUE BRAS

MAÎTRE DE MAISON  
LE SUQUET, FRANCE

Depuis toujours, nous aimons l'idée de rapprocher les femmes et les hommes qui œuvrent, ensemble, pour le Suquet. Ainsi, tous les ans, l'équipe des « Bras KC » (association créée en 1993 pour renforcer la cohésion des équipes) organise des activités telles que des excursions ou des sorties culturelles ; et ce pour créer une dynamique, une harmonie et révéler des valeurs communes.

Des visites sont également organisées – toujours très conviviales et instructives ! - chez des vignerons (pendant les vendanges), producteurs de légumes, de fruits, éleveurs, fabricants de fromages avec lesquels nous travaillons. Ces rencontres nous semblent nécessaires ; elles donnent du sens à leur travail respectif, font prendre



conscience aux cuisiniers de la qualité du travail des producteurs et créent le lien nécessaire.

Par ailleurs, nous avons à cœur d'accueillir chaque année des élèves des écoles du canton afin de transmettre « les bonnes pratiques pour une alimentation durable », car ce sont ces jeunes qui en seront les garants !



## PATIMA HAJI PANDU

RESPONSABLE DE LA PRODUCTION  
DE MWANI ZANZIBAR  
FOURNISSEUR DU ZANZIBAR WHITE  
SAND VILLAS, TANZANIE

Les algues, trésor écologique, sont récoltées par une équipe de femmes et transformées en soins de la peau et en produits d'accueil pour les Villas White Sand du Relais & Châteaux Zanzibar. C'est un plaisir de travailler avec cette équipe et nous sommes impatients de développer encore plus cette relation, dans le but mutuel de soutenir les femmes de notre communauté et de protéger l'environnement.

## L'IMPACT SOCIÉTAL GÉOTOURISME

### CONTRIBUTION À L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE LOCALE

**38 %** des maisons sont inscrites comme site historique/patrimonial (ex: haut-lieu du patrimoine architectural local).

#### PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

**24%**

des maisons sont localisées sur un site faisant partie du patrimoine mondial de l'UNESCO et 29 % sont situés à proximité (< 1 heure de route).

#### PARC NATUREL

**22%**

des maisons sont localisées dans un parc naturel.

#### CRÉATION D'UNE ASSOCIATION, ONG OU FONDATION

**15%**

des maisons ont créé ou gèrent une association, une ONG ou une fondation.

#### COLLABORATION AVEC UNE ASSOCIATION, ONG OU FONDATION

**34%**

des maisons travaillent avec ou soutiennent une association, une ONG ou une fondation dédiée à une initiative spécifique (environnementale, sociale ou culturelle).

## LA FERME SAINT-SIMÉON FRANCE



Cette ferme du XVII<sup>e</sup> siècle est le point de départ idéal pour découvrir la Normandie, berceau de l'impressionnisme. De Renoir à Monet en passant par Pissarro, les peintres impressionnistes se sont inspirés des paysages de la région : ses falaises de craie blanche, ses vagues déferlantes, ses plages et ses ports majestueux, mais aussi les méandres de la Seine et la campagne verdoyante. Ces paysages ont donné naissance à des œuvres telles que Impression, soleil levant de Monet, à l'origine du courant impressionniste et l'un des tableaux les plus célèbres au monde.

S'appuyant sur cet héritage unique, la maison invite ses hôtes à s'immerger dans le monde de l'art grâce à ses liens avec des personnages historiques. Ils peuvent séjourner dans la chambre de Monet ou dans les pièces qui abritaient autrefois l'atelier de Corot. Ils peuvent passer du temps dans les jardins à observer la lumière sur l'estuaire de la Seine ou suivre un cours dédié à l'art.

## YIHE MANSIONS CHINE

Le Yihe Mansions, au cœur d'un quartier historique de 26 bâtiments de l'ère républicaine de Nanjing (1912-1949), est à la fois un exemple typique et rare de l'architecture chinoise moderne, connue également sous le nom de style républicain ou national. En 2006, les autorités locales ont lancé un plan de rénovation des bâtiments qui avaient été laissés à l'abandon. Les travaux de restauration ont été entrepris comme un projet de conservation, ainsi ils respectent parfaitement l'esprit initial et se conforment aux matériaux et styles d'origine : briques et tuiles grises et murs jaunes.

En 2014, le Yihe Mansions a reçu le «Prix UNESCO Asie-Pacifique pour la conservation du patrimoine culturel». Cette distinction annuelle récompense les projets de sauvegarde réussis dans un contexte où, en raison de l'engagement du gouvernement au profit du développement et de la modernisation, les vestiges de style traditionnel sont menacés. Ce prix encourage la préservation de ce patrimoine architectural de renommée internationale.



45%

des maisons ont mené des initiatives pour soutenir la préservation géographique et culturelle de leur région et sensibiliser leurs hôtes et/ou les impliquer dans ces actions.



Ces initiatives comprennent : des chartes de développement durable, un soutien financier, un soutien technique, la préservation architecturale, le bénévolat des employés, des comités locaux pour la protection de la faune et de la flore, le patrimoine culinaire et des événements de sensibilisation.

Les actions de sensibilisation des clients comprennent : des jardins avec des espèces indigènes, des visites, des activités, des musées, des galeries d'art locales, des plateformes numériques, des programmes télévisés, des livres dédiés, des recettes et des vins locaux, des employés formés pour sensibiliser les clients à l'impact environnemental et à la préservation culturelle et des guides sur la nature locale.

## RESTAURANT STÉPHANE DÉCOTTERD SUISSE

En septembre 2021 Stéphane et Stéphanie Décotterd ont transféré leur restaurant à l'Institut d'enseignement supérieur de Glion, la prestigieuse école hôtelière suisse. Déjà récompensé d'une étoile au guide Michelin, le restaurant Stéphane Décotterd est également adjacent à deux autres restaurants éponymes de la maison Décotterd : le Bistro et le Lounge Bar. Les étudiants de Glion profitent de leur proximité avec l'une des références mondiales en matière de gastronomie locale et de saison. Ils assistent à la chorégraphie des trois restaurants et bénéficient de l'expérience de talents culinaires exceptionnels en participant à des sessions de formation. Cette collaboration favorise l'esprit de communauté entre l'école et l'établissement et permet aux futurs jeunes professionnels d'acquérir une expérience pratique.



## CASA PALOPÓ GUATEMALA

La Casa Palopó se trouve à la périphérie de Santa Catarina Palopó, une petite ville animée constellée de dizaines de maisons et de façades de magasins colorées, chacune agrémentée de motifs mayas éclectiques.

Les maisons arborant ces couleurs vives s'intègrent aux symboles indigènes et sont un phénomène quelque peu récent. Elles ont remplacé les façades grises défraîchies des bâtiments de la communauté à la suite d'un projet social lancé par la propriétaire d'origine guatémaltèque Claudia Bosch en 2016. Les travaux ont transformé l'ensemble du village en une œuvre d'art incontournable.

La Casa Palopó est l'un des principaux sponsors du projet et les clients de l'hôtel qui nourrissent des ambitions artistiques sont encouragés à prendre un pinceau et à soutenir la cause en poursuivant le travail de peinture de style indigène dans la ville. L'objectif : habiller le village d'un bleu rappelant le turquoise du lac, la couleur du ciel et les motifs des tuniques traditionnelles Huipil.



## AGGIE BANDA

DIRECTRICE DU LODGE  
ROYAL CHUNDU, ZAMBIE

« Tout commence par notre personnel : 99 % de notre équipe est zambienne, y compris nos managers. La plupart d'entre nous sont originaires ou vivent dans l'un des deux villages situés juste à côté du lodge : le village agricole de Malambo et le village de Muluku, tourné vers la pêche. Ce lien étroit se retrouve également sur le plan économique : 70 % de tous les revenus du Royal Chundu sont réinvestis directement dans la communauté locale.







04



CONCLUSION

## EXPLICATION DES CHIFFRES

Pour garantir une transparence totale et assurer une analyse et une interprétation impartiales des données, les réponses à notre questionnaire ont été confiées à des consultants extérieurs en développement durable, Solinnen et Alice Audouin Consulting. Les paramètres standards du secteur ont été utilisés pour le calcul des données.

Les résultats de ce rapport préliminaire sont basés sur l'activité 2021. Pendant cette période, notre association comptait 550 maisons, depuis 14 nous ont quittés et 17 nouvelles nous ont rejoints. Sur ces 550, environ la moitié des maisons (entre 46 et 52 %) ont répondu à la plupart des questions contenues dans notre questionnaire 2021 sur le développement durable.

283 maisons ont répondu aux questions sur la protection de l'environnement, 264 maisons ont complété la section sur la cuisine durable, 255 maisons se sont exprimées sur la responsabilité sociale et sociétale.



Leur réactivité s'évalue comme suit :

BONNE	MOYENNE	FAIBLE
pour les questions Oui/Non et les questions à choix multiples.	pour les questions ouvertes.	pour les questions de type « quantité ».

Les informations contenues dans le questionnaire ont été fournies par nos membres sur une base volontaire et déclarative.

## LES DÉFIS À VENIR

Gérer une entreprise qui soit à la fois commercialement performante et véritablement durable n'est pas une mince affaire, quel que soit le secteur d'activité. Il faut souvent redéfinir et recalibrer radicalement les procédures et dispositions conventionnelles, expérimenter des méthodologies innovantes et prendre des risques pour identifier et investir dans de nouveaux circuits d'approvisionnement, de nouveaux matériaux et de nouvelles technologies.

Ces attitudes d'entrepreneur sont une seconde nature pour notre association d'exploitants indépendants. Ce modèle de travail nous permet de réfléchir et de nous adapter avec souplesse aux différences, aux nécessités et aux vulnérabilités locales. Et nous croyons, qu'au vu de la rapidité du changement climatique, ce modèle permettra à nos maisons de réagir et de répondre à l'évolution inévitable des priorités en matière de développement durable sur leur territoire.

Mais nous sommes conscients qu'un changement profond prend aussi du temps et que le passage à un mode de gestion durable est un long parcours. Un travail ardu et des choix parfois difficiles nous attendent. Ce rapport, basé sur notre questionnaire sur le développement durable, n'est qu'une étape de ce parcours.



Le pari consiste maintenant à identifier et à mettre en place les bons outils pour accompagner nos membres dans ce processus, qui prendra pour nos maisons le nom de «développement durable en tant que service». Nos objectifs nouvellement définis permettront de mobiliser progressivement les efforts de notre communauté et de créer une trajectoire ambitieuse sur laquelle nous pourrons avancer collectivement. Le partage et la mise à profit des connaissances et expériences collectives de nos membres en seront la clé.

Nous devons également regarder au-delà de notre communauté. Une prochaine étape cruciale consiste à entreprendre une analyse de matérialité complète afin d'évaluer les risques, les impacts et les opportunités que notre association de maisons individuelles a dans ses relations avec toutes ses parties prenantes et fournisseurs. Notre comité pour le développement durable naissant pourra ainsi identifier et apprécier l'importance et l'impact de sujets relatifs à la responsabilité environnementale, sociale et sociétale, et déterminer où des actions et des efforts supplémentaires sont nécessaires.

Notre nouveau comité pour le développement durable sera composé d'acteurs de l'ensemble de notre écosystème. Il contribuera à orienter et à affiner nos initiatives afin de veiller à ce que nous restions agiles et adaptables à l'évolution des besoins et des tendances dans le domaine du développement durable.



Ces mesures visent à nous permettre de garder une longueur d'avance et à nous assurer d'agir dans tous les domaines où notre entreprise a un impact et peut faire la différence.

Les défis auxquels nous sommes confrontés sont de nature existentielle. Nous restons fiers mais humbles au regard des succès que nous avons déjà remportés, et nous sommes conscients qu'il reste un long chemin à parcourir. La force et la créativité qui caractérisent notre communauté d'hôteliers, de restaurateurs et de chefs indépendants nous permettront de relever ces défis et de prendre les mesures indispensables que la planète mérite, que nos clients exigent et dont les générations futures dépendent.

# PARTICIPATION DES MEMBRES

Nous remercions les 283 hôtels et restaurants Relais & Châteaux de nos 20 délégations qui ont répondu au questionnaire sur le développement durable basé sur les résultats de l'activité en 2021. Votre contribution a rendu possible notre rapport de développement durable 2022.

## AFRIQUE & OCÉAN INDIEN

20 Degrés Sud Boutique-hôtel  
Blue Margouillat Seaview Hotel  
Delaire Graff Lodges & Spa  
Dubai Plains Camp  
Ellerman House  
Esiweni Luxury Safari Lodge  
Great Plains Mara  
Great Plains Selinda  
Jabulani  
Londolozí Game Reserve  
ol Donyo Lodge  
Royal Chundu – Luxury Zambezi Lodges  
Tembo Plains Camp  
Zanzibar White Sand Luxury Villas & Spa

## AUSTRALIE, NOUVELLE-ZÉLANDE & PACIFIQUE

Blanket Bay  
Hentley Farm Restaurant  
Le Bora Bora  
Le Nuku Hiva Pearl Lodge  
Le Taha'a  
Matakauri Lodge  
Otahuna Lodge  
The Farm at Cape Kidnappers  
The Lodge at Kauri Cliffs

## BENELUX, EUROPE DE L'EST & SCANDINAVIE

Château de Vignée  
Château Neercanne  
Château St. Gerlach  
Dragsholm Slot  
Epoque Hotel  
Hotel Copernicus  
Hotel Franq  
Hotel Heritage  
Hôtel Le Place d'Armes  
Hotel Union Øye  
Landgoed Hotel Het Roode Koper  
Le Bistrot Français  
Le Chalet de la Forêt  
Quadrille  
Stikliai Hotel

## FRANCE : GRAND EST & RHÔNE-ALPES

Au Cœur du Village Hôtel & Spa  
Château des Avenières  
Château Saint-Jean  
Domaine de Rymka  
Georges Blanc Parc & Spa  
Hameau Albert Ier  
Hostellerie de Levernois  
Hôtel Restaurant Auberge du Père  
Bise – Jean Sulpice  
Jiva Hill Resort  
La Côte Saint Jacques & Spa  
La Maison des Têtes  
Le Domaine de la Klaus  
Le Grand Cœur & Spa  
Le Relais Bernard Loiseau – Spa Loiseau  
des Sens  
Les Maisons Marcon  
Maison Doucet  
Maison Lameloise  
Restaurant Le Pré  
Restaurant Pierre Orsi  
Villa Florentine  
Villa René Lalique

## FRANCE : GRAND SUD-OUEST

Brindos Lac & Châteaux  
Château Cordeillan-Bages  
Château de Drudas  
Château de la Treynne  
Château de Riell  
Domaine d'Auriac  
Hôtel de Pavie  
Hôtel Parc Victoria  
La Chapelle Saint-Martin  
Le Vieux Logis  
Les Prés d'Eugénie - Maison Guérard  
Restaurant Christopher Coutanceau

## FRANCE : GRAND OUEST

Auberge des Glazicks  
Castel Marie-Louise  
Domaine de la Bretesche Golf & Spa  
Domaine de Rochevilaine  
Grand Hôtel du Lion d'Or  
Hôtel de la Plage  
La Ferme Saint-Siméon  
Les Hautes Roches  
Les Hauts de Loire  
Les Maisons de Bricourt  
Manoir de Lan-Kerellec

## FRANCE : PARIS & CHAMPAGNE

Clarance Hôtel  
Domaine Les Crayères  
Hostellerie La Briqueterie  
Hôtel Splendide Royal Paris  
Le Château de Beaulieu  
Les Etangs de Corot  
Lucas Carton  
Saint James Paris

## FRANCE : PROVENCE, CÔTE D'AZUR, CORSE & LANGUEDOC

Baumanière Hôtel & Spa  
Château de Berne  
Coquillade Provence Resort & Spa  
Grand Hôtel de Cala Rossa & Spa Nucca  
Hôtel & Spa du Castellet  
La Bastide Saint-Antoine  
La Bonne Étape  
La Signoria & Spa  
La Villa Archange  
Le Domaine du Mas de Pierre  
Le Prieuré Baumanière  
Michel Kayser - Restaurant Alexandre  
Monte-Carlo Beach  
Tiara Yaktsa

## ALLEMAGNE & AUTRICHE

Burg Schwarzenstein  
Gut Steinbach Hotel Chalets Spa  
Gutshaus Stolpe  
Hardenberg BurgHotel  
Hotel Bareiss  
Landhaus Stricker  
Post Lech Arlberg  
Schlosshotel Burg Schlitz  
VILLINO  
WEISSENHAUS Grand Village Resort  
& Spa am Meer

## GRANDE CHINE, SOUS-CONTINENT INDIEN & ASIE DU SUD-EST

Cape Weligama  
Ceylon Tea Trails  
Niraamaya Retreats Surya Samudra  
SUJÁN JAWAI  
SUJÁN Sher Bagh  
SUJÁN The Serai, Jaisalmer  
Tate Dining Room & Bar  
The Dreamland Resort  
Villa 32  
Wild Coast Tented Lodge  
Xitan Beijing

## ITALIE

Bellevue Hotel & Spa  
Capofaro Locanda & Malvasia  
Castel Fragsburg  
Castello Banfi Wine Resort  
Chateau Monfort  
Gallia Palace Beach - Golf - Spa - Resort  
Gardena Grödnerhof Hotel & Spa  
Hermitage Hotel & Spa  
Hotel Borgo San Felice  
Hotel Il San Corrado di Noto  
Hotel Raphaël  
Hotel Villa Franceschi  
Il Borro  
Londra Palace Venezia  
Petra Segreta Resort & Spa  
Relais Santa Croce  
Terra - The Magic Place  
Villa Cordevigo Wine Relais

## JAPON & CORÉE

Asaba  
Beniya Mukayu  
Bettei Senjuan  
Dominique Bouchet Tokyo  
Gaoon  
Gōra Kadan  
Hikariya-Nishi  
Kanamean Nishitomiya  
Kashiwaya  
Kobe Kitano Hotel  
L'Effervescence  
Nishimuraya Honkan  
Otoowa restaurant  
Restaurant Molière  
Tenku no Mori  
The Uza Terrace Beach Club Villas  
Tobira Onsen Myojinkan  
Wasurenosato Gajoen  
Zeniya

## MÉDITERRANÉE, MOYEN-ORIENT & MAROC

Avaton Luxury Villas Resort  
Château Roslane  
Elounda Mare Hotel  
Hotel Bastion Zadar  
Hotel Grad Otočec  
Hôtel Le Doge  
L'Heure Bleue Palais  
Lešić Dimitri Palace  
Maslina Resort  
Myconian Ambassador Thalasso Spa  
Riad Fès  
The Xara Palace  
Villa des Orangers  
Zornitza Family Estate

## AMÉRIQUE DU NORD : CANADA

Auberge Saint-Antoine  
Hastings House Country House Hotel  
Langdon Hall Country House Hotel and Spa  
Manoir Hovey  
Post Hotel & Spa  
Sonora Resort  
StoneHaven Le Manoir  
Wickanninish Inn

## AMÉRIQUE DU NORD : USA EST & CARAÏBES

Blackberry Farm  
Blackberry Mountain  
Calabash Luxury Boutique Hotel  
Canoe Bay  
Castle Hill Inn  
Chatham Inn  
Eden Roc Cap Cana  
Glenmere Mansion  
Hôtel Le Toiny  
Lake Placid Lodge  
Ocean House  
Old Edwards Inn and Spa  
Planters Inn  
Quintessence Hotel  
Royal Blues Hotel  
Secret Bay  
The Charlotte Inn  
The Farrington House  
The Inn at Hastings Park  
The Ivy Hotel  
The Swag  
Tiamo Resort  
Weekapaug Inn  
Winvian Farm

## AMÉRIQUE DU NORD : USA OUEST & MEXIQUE

Auberge du Soleil  
Canlis  
Château du Sureau  
Dunton Hot Springs  
Hotel Wailea  
Las Mañanitas Hotel Garden Restaurant  
& Spa  
Meadowood Napa Valley  
Rancho Valencia Resort & Spa  
The French Laundry  
The Little Nell  
The Ranch at Rock Creek  
Triple Creek Ranch

## AMÉRIQUE DU SUD & AMÉRIQUE CENTRALE

Awasi Atacama  
Awasi Iguazu  
Awasi Patagonia  
Casa Gangotena  
Casa Palopó  
Cavas Wine Lodge  
Cirqa  
El Colibri  
El Silencio Lodge & Spa  
Hotel del Parque  
House of Jasmynes  
Inkaterra La Casona  
La Bamba de Areco  
Las Balsas  
Narbona Wine Lodge  
Nayara Springs  
Origin & Theory (Ecoventura)  
Pikaia Lodge  
Sol y Luna  
Titilaka  
Txai Resort Itacaré  
Villa Bokeh

## ESPAGNE & PORTUGAL

Atrio Restaurante Hotel  
Casa Velha do Palheiro  
El Castell de Ciutat  
Fortaleza do Guincho  
Hotel Neri  
La Torre del Visco  
Mas de Torrent Hotel & Spa  
Mirador de Dalt Vila  
Quinta Nova Winery House  
Son Brull Hotel & Spa  
The Yeatman

## SUISSE & LIECHTENSTEIN

Chasa Montana Hotel & Spa  
Hôtel de la Cigogne  
Hotel Restaurant Krone Regensburg  
Hotel Walther  
Lenkerhof gourmet spa resort  
Park Hotel Sonnenhof  
Villa Principe Leopoldo  
Waldhotel Doldenhorn

## ROYAUME-UNI & IRLANDE

11 Cadogan Gardens Hotel  
Airds Hotel & Restaurant  
Ballyfin Demesne  
Ballynahinch Castle  
Buckland Manor  
Cassel Palace  
Farlam Hall  
Glenapp Castle  
Grantley Hall  
Gravetye Manor  
Hambleton Hall  
Hartwell House Hotel, Restaurant & Spa  
Idle Rocks  
Longueville Manor  
Lymptone Manor Hotel, Restaurant and Vineyard  
Mallory Court Country House Hotel & Spa  
Marlfield House  
Palé Hall  
Park Hotel Kenmare  
Sheen Falls Lodge  
The Vineyard  
Thornbury Castle

## CREDITS

### DIRECTEUR DE PUBLICATION

PHILIPPE GOMBERT

### RÉDACTEURS EN CHEF

LARS SEIFERT

CARLA STACHURSKI

### SUSTAINABILITY CONSULTANTS & ENGINEERS

ALICE AUDOUIN CONSULTING

SOLINNEN

### PRODUCTION ET RÉDACTION

ALICE AUDOUIN CONSULTING

ANDREW GREENWOOD

IAN CAMERON

### DESIGN

SEENK.

### ILLUSTRATION

FLORENCE FAIRWEATHER

*Rapport sur les résultats de l'activité de janvier à décembre 2021.*

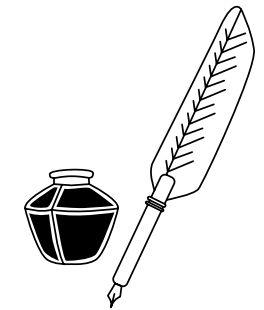
*Publié en décembre 2022.*

LA PRODUCTION DE CETTE PUBLICATION A ÉTÉ STRICTEMENT CHOISIE POUR ÊTRE  
UNIQUEMENT NUMÉRIQUE AFIN DE RÉDUIRE NOTRE CONSOMMATION DE PAPIER.

## VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

ENVOYEZ UN E-MAIL À :

[SUSTAINABILITY@RELAISCHATEAUX.COM](mailto:SUSTAINABILITY@RELAISCHATEAUX.COM)



### LARS SEIFERT

CHIEF COMMUNICATIONS

& SUSTAINABILITY OFFICER

[L.SEIFERT@RELAISCHATEAUX.COM](mailto:L.SEIFERT@RELAISCHATEAUX.COM)

### CARLA STACHURSKI

BRAND MANAGER

[C.STACHURSKI@RELAISCHATEAUX.COM](mailto:C.STACHURSKI@RELAISCHATEAUX.COM)

[RELAISCHATEAUX.COM](https://www.relaischateaux.com)

#RELAISCHATEAUX #FOODFORCHANGE #TASTEBIODIVERSITY #REGENERATION  
#THEJOYOFBEES #SEAWEEDESYMPHONY #FISHUNKNOWN

CRÉÉE EN 1954, RELAIS & CHÂTEAUX EST UNE ASSOCIATION DE 580 HÔTELS ET RESTAURANTS D'EXCEPTION DANS LE MONDE, TENUS PAR DES INDÉPENDANTS, EXERÇANT LE PLUS SOUVENT EN FAMILLE, TOUS ANIMÉS PAR LA PASSION DE LEUR MÉTIER ET TRÈS ATTACHÉS À L'AUTHENTICITÉ DES RELATIONS QU'ILS ÉTABLISSENT AVEC LEURS CLIENTS. LES MEMBRES DE RELAIS & CHÂTEAUX ONT LE PROFOND DÉSIR DE PROTÉGER, FAIRE VIVRE ET VALORISER LA RICHESSE ET LA DIVERSITÉ DE LA CUISINE ET DES TRADITIONS HOSPITALIÈRES LOCALES. ILS ONT PORTÉ CETTE AMBITION, COMME CELLE DE LA PRÉSERVATION DES PATRIMOINES LOCAUX ET DE L'ENVIRONNEMENT, AU TRAVERS D'UN MANIFESTE PRÉSENTÉ EN NOVEMBRE 2014 À L'UNESCO.

