



Refettorio
Paris

Au Foyer de la Madeleine

14 marzo 2018

Refettorio Paris ha aperto ufficialmente giovedì 15 marzo 2018 offrendo un servizio di mensa in un'atmosfera conviviale per persone bisognose e per dare il benvenuto alla comunità locale.

La prima cena del Refettorio Paris, un progetto nato dalla collaborazione di Food for Soul e Le Foyer de la Madeleine, verrà servita a più di 100 ospiti in condizione di vulnerabilità sociale. Per l'occasione Massimo Bottura, fondatore di Food for Soul, collaborerà con due tra i più importanti nomi della cucina francese: gli chef Alain Ducasse e Yannick Alléno.

Con il supporto dello staff della cucina del Refettorio Paris, gli chef creeranno un menu completo partendo da ingredienti donati da Carrefour, Le Banque Alimentaire, Metro France e Phenix, una start-up che ha lo scopo di combattere lo spreco alimentare e aiutare i supermercati nella transizione verso l'economia circolare. Verranno anche recuperati prodotti e ingredienti provenienti dai ristoranti del gruppo AccorHotels.

Ogni sera, dal lunedì al venerdì dalle 18.30 alle 20.30, un team di 15 volontari darà il benvenuto a circa 100 ospiti in difficoltà, servirà loro la cena e aiuterà in cucina. Oltre a servire un pasto caldo, Refettorio Paris ha lo scopo di creare e stimolare lo scambio umano con persone in situazioni di vulnerabilità sociale. Gli ospiti hanno accesso al Refettorio Paris grazie ad associazioni referenti come Emmaüs Solidarités e i rifugi Aurore.

Il Refettorio Paris può contare su donne e uomini che condividono la stessa missione e lavorano insieme per rendere il progetto forte e sostenibile così che possa diventare un centro permanente per lo scambio culturale e l'integrazione. Tra questi, Jean-François Rial, presidente dell'associazione del Refettorio Paris e CEO di Voyageurs du Monde. Rial ha coordinato il progetto sin dall'inizio grazie anche al coinvolgimento del suo team e del contributo economico offerto da Les Voyageurs du Monde.

“Come ha spiegato Massimo Bottura, accogliere persone in difficoltà in un spazio bello può restituire dignità così che etica ed estetica diventino una cosa sola”, afferma Jean-François Rial.

Refettorio Paris è stato possibile grazie al supporto di Salesforce e il modello filantropico 1-1-1, attraverso il quale le compagnie possono donare alle ONG l'1% del tempo dei propri dipendenti, l'1% dei propri prodotti e l'1% del capitale di mercato. Il supporto economico di Salesforce ha contribuito ai lavori di restauro de Le Foyer de la Madeleine e alla creazione di un team che si occuperà delle operazioni giornaliere del Refettorio. I dipendenti di Salesforce hanno già donato 100 ore alla creazione di un'app basata sul cloud logistico di Salesforce, che faciliterà la gestione delle attività della mensa comunitaria. Altre 600 ore saranno destinate al supporto del servizio.

“Siamo molto orgogliosi di vedere l'entusiasmo dei nostri partner Francesi per questo progetto. Siamo sicuri che il Refettorio Paris aiuterà a rendere il mondo un posto migliore rimanendo un luogo di speranza per molte persone in difficoltà,” ha dichiarato Olivier Derrien, direttore generale di Salesforce France.

Per garantire il proprio impegno continuo e duraturo contro lo spreco alimentare e l'isolamento sociale, il Refettorio Paris può contare su partner fidati che condividono i medesimi valori. La Fondazione Carrefour supporta il progetto e ribadisce il proprio impegno, e quello del gruppo Carrefour, nel creare un sistema alimentare più inclusivo.

La Fondazione ha aiutato con il reperimento di eccedenze alimentari e risorse tra i supermercati Carrefour. AccorHotel donerà eccedenze alimentari recuperate da eventi e conferenze organizzate dal gruppo e dalle colazioni offerte nelle sue strutture. La compagnia ha anche contribuito economicamente alla sostenibilità del progetto grazie ad una donazione fatta tramite la fondazione Solidarity AccorHotels. La partnership con il Refettorio Paris conferma la volontà e l'impegno del gruppo AccorHotels di combattere lo spreco alimentare e l'isolamento sociale. Il Kering Group, inoltre, sosterrà la sostenibilità del Refettorio Paris.

Come partner ufficiale di Food for Soul per il terzo anno consecutivo, anche Grundig ha confermato il suo supporto al Refettorio Paris. Fortemente impegnato nella lotta contro lo spreco alimentare e allineato con i valori di Food for Soul, Grundig ha lanciato l'iniziativa “Respect Food” per un mondo in cui le risorse sono utilizzate con rispetto e cura. Adottando la filosofia “wasting food is wasting life”, Grundig invita tutti a lottare contro lo spreco degli alimenti a partire dalla propria cucina. L'innovativa tecnologia Grundig supporterà la lotta allo spreco anche al Refettorio Paris, e aiuterà a massimizzare la longevità degli ingredienti e assicurare un minor spreco delle risorse.

Dal 15 marzo 2018, donatori privati potranno contribuire a sostenere la missione del Refettorio Paris. Per maggiori informazioni, visitare il sito internet: www.refettorioparis.com

- **Per saperne di più** -

Su Food for Soul

Food for Soul è un'associazione senza scopo di lucro fondata dallo chef italiano Massimo Bottura, con la missione di sensibilizzare e supportare le comunità nella lotta contro lo spreco alimentare e l'isolamento sociale. La ONLUS è stata creata sulla scia del successo del Refettorio Ambrosiano di Milano, aperto in occasione dell'Expo2015, a cui sono seguiti altri progetti a Rio de Janeiro (Refettorio Gastromotiva), Londra (Refettorio Felix at St Cuthbert's), ma anche Bologna (Social Tables Antoniano) e Modena (Social Tables Ghirlandina). Ogni progetto è unico perché fondato sulle necessità della comunità locale, ma legato a tutti gli altri da valori e azioni comuni, come l'utilizzo di ingredienti provenienti da eccedenze alimentari, il coinvolgimento di artisti, designer e architetti per la creazione di spazi belli e accoglienti, e il servizio ospitale dedicato ai membri più vulnerabili della comunità.

Sul Foyer de la Madeleine

Il Foyer de la Madeleine è un ristorante sociale che serve ogni giorno più di 250 pranzi ricchi, nutrienti e stagionali a pensionati, impiegati e operai del quartiere a prezzo contenuto: 9€ più 7€ di quota associativa annuale. Grazie al contributo dell'associazione Ozanam Madeleine, il ristorante offre pasti ai più svantaggiati al solo costo di 1€. Dopo l'apertura del Refettorio Paris, il servizio del pranzo continuerà a esistere e verrà portato avanti sempre sotto la gestione del Foyer de la Madeleine.

Su Salesforce

Salesforce, il leader mondiale in CRM offre la possibilità ad altre organizzazioni di rivoluzionare i rapporti con i clienti. Per maggiori informazioni, visitare il sito: www.salesforce.com

Su Les Voyageurs du Monde

Ogni giorno il team di Les Voyageurs du Monde offre esperienze di viaggio personalizzate in più di 150 destinazioni diverse. Negli ultimi 40 anni, 200 consulenti, tra persone del posto e viaggiatori esperti, hanno contribuito, con la propria esperienza, a rendere Le Voyageurs du Monde l'agenzia leader in Francia per i viaggi su misura.

I viaggi organizzati dall'agenzia hanno costi accessibili e sono rispettosi dell'ambiente (le emissioni di CO2 sono compensate fino al 100%) e rivelano l'essenza di ciascuna

destinazione e dei suoi abitanti. Attraverso la propria fondazione, la "Insolite Bâtisseur Philippe Romero", Voyageurs du Monde è uno dei partner che sostengono e contribuiscono alla creazione del Refettorio Paris.

La Fondazione Carrefour

Fondata nel 2000, la Fondazione Carrefour ha come obiettivo quello di contrastare l'esclusione sociale a livello internazionale. Grazie ad un team con elevate competenze nel settore, la Fondazione lavora su tre aree di intervento: programmi alimentari, aiuti umanitari e biodiversità. La Fondazione conduce programmi di patrocinio con i distributori dei paesi nei quali Carrefour opera e in quelli dove ci sono i fornitori del gruppo. Con un budget annuale di 8.5 milioni di euro, la Fondazione Carrefour supporta circa 100 progetti diversi all'anno. La sponsorship con il Refettorio Paris conferma una collaborazione iniziata con il RefettoRio Gastromotiva, in Brasile, nel 2016. Il progetto usufrirà anche del contributo del negozio Carrefour di Rue de Sèvres che donerà, attraverso il Banque Alimentaire di Ile de France, prodotti freschi non più vendibili ma ancora perfettamente commestibili, e che verranno utilizzati per preparare le cene al Refettorio. Nel 2017 i negozi Carrefour hanno donato l'equivalente di 106 milioni di pasti a più di 700 associazioni che offrono aiuti alimentari. Per maggiori informazioni, visitare: www.fondation-carrefour.org

Su Solidarity Accor Hotels

L'obiettivo della Solidarity AccorHotels, un ente benefico del Gruppo AccorHotels, è quello di contrastare l'esclusione sociale ed economica di tutti coloro che si trovano in situazioni di precarietà. Per raggiungere questo obiettivo, l'ente si occupa di favorire l'inserimento professionale attraverso due tipologie di attività:

- Il sostegno a programmi di tirocinio
- Lo sviluppo economico attraverso la creazione e il mantenimento sostenibile di attività economiche in situazioni di emergenza. Queste attività vengono svolte grazie al sostegno offerto a popolazioni locali per far fronte alle conseguenze immediate e a lungo termine di disastri umanitari. Dal 2008 più di 300 progetti in 44 paesi hanno ricevuto il supporto della Solidarity AccorHotels, raggiungendo così sia direttamente che indirettamente oltre 230,000 beneficiari. Ogni progetto può vantare il coinvolgimento dei dipendenti del gruppo AccorHotels, rendendo così possibile una partecipazione diretta nella vita della comunità dove sorgono le strutture del Gruppo. L'ospitalità rimane al centro di ogni progetto.

Su Kering

Kering è un gruppo internazionale di beni di lusso. Il gruppo possiede marchi di lusso quali: Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Brioni, Christopher Kane, McQ, Stella McCartney, Tomas Maier, Boucheron. Dodo, Girard-Perregaux, Pomellato,

Qeelin e Ulysse Nardin. Kering sta anche sviluppando una linea Sport & Lifestyle con marchi come Puma, Volcom e Cobra. “Stimolando l’immaginazione” Kering incoraggia i propri marchi a raggiungere il loro potenziale nel modo più sostenibile possibile.

Su Grundig

Come produttore europeo di gamma completa di elettronica di consumo, Grundig si impegna a stabilire nuovi standard con i suoi prodotti di alta qualità in termini di design, innovazione ed efficienza delle risorse. Il brand rimane fedele alle sue caratteristiche di marchio, tra cui la sua eredità tedesca e una vasta esperienza nel mercato, un design elegante e user-friendly, standard alti e un costante controllo della qualità. Con un catalogo di oltre 500 prodotti diversi, tra cui televisori Ultra HD, dispositivi audio mobili, strumenti per i capelli, aspirapolvere, elettrodomestici da cucina e forni, lavastoviglie e lavatrici, il marchio offre una soluzione per ogni ambiente della casa moderna.

Per maggiori informazioni: www.foodforsoul.it ; www.refettorioparis.com

Ufficio stampa: press@foodforsoul.it

Instagram & Twitter: @foodforsoul_it

Facebook: foodforsoul.it

Hashtags: #foodforsoul #refettorioparis #nomoreexcuses