

CIRCOLO POPOLARE

BIG MAMMA
RAPPORT DE MISSION
2023





INDEX

BIG MAMMA RAPPORT DE MISSION 2023

INTRODUCTION	4
HAPPY PLACE TO WORK	6
QUALITÉ, DURABILITÉ, FÉLICITÉ	10
RECEVOIR, DONNER, RECOMMENCER	14
DU BONHEUR, DES YEUX JUSQU'AU VENTRE	16

BIG MAMMA ET LA CONTAGION DU BONHEUR

Cari Amici di Big Mamma,

"La contagion du bonheur" - cette expression résonne en moi avec une profondeur singulière. Elle symbolise à mon sens une quête personnelle, celle de trouver "sa" source de joie et d'épanouissement, mais plus encore, la mission impérative de propager cet élan autour de soi. C'est mon premier objectif en tant qu'entrepreneur et il est profondément lié à mon expérience personnelle. Cet état de plénitude est fluctuant, je l'ai appris à mes dépens en traversant dans ma vie des épisodes tragiques, qui ont forgé une conviction que je porte constamment en moi depuis : il est urgent d'être et de rendre les gens heureux. Je cherche à illustrer ce mantra chaque jour à travers mes rôles de père, de mari et de chef d'entreprise.

Mon plus grand souhait, en tant que restaurateur, est d'être le premier maillon de cette contagion de moments heureux à nos équipes et à nos clients. Pour transformer notre métier et ce que l'on construit chaque jour en une énergie ultra positive qui se transmet et apporte de la joie à l'ensemble des personnes qui entrent dans nos restaurants.

C'est aujourd'hui toute une équipe qui donne vie à notre mission "Change people's lives with Pizza" et qui illustre l'idée que le plus important, au delà même de notre métier, se trouve dans l'impact positif qu'il peut avoir dans nos vies, mais aussi celles de notre écosystème. Nous sommes persuadés que l'authenticité, la passion et la bienveillance mise dans chaque geste de service, ainsi que l'amour et la technicité avec lesquels un plat est pensé forment une somme de détails, petits et grands, qui font toute la différence.

Poussez les portes de nos trattorie : on tâchera de vous partager la dose de bonnes vibrations et d'anti-blues, pour faire de votre expérience Big Mamma, un moment de bonheur à partager sans limite.

**TIGRANE SEYDOUX,
CO-FONDATEUR DE BIG MAMMA**



HAPPY PLACE TO WORK

CHEZ BIG MAMMA, ON EST INTIMEMENT CONVAINCU QUE POUR FAIRE DES RESTAUS JOYEUX, IL FAUT DONNER L'OPPORTUNITÉ AUX GENS QUI Y TRAVAILLENT D'ÊTRE HEUREUX.

Le secteur de la restauration a toujours eu pour réputation de proposer un rythme de travail difficilement compatible avec une vie sociale et personnelle équilibrée. Notre objectif, chez Big Mamma, c'est d'en faire évoluer les codes pour que chacun puisse prendre du plaisir au quotidien, tout en ayant l'opportunité d'évoluer dans les meilleures conditions.

ONBOARDER, ACCOMPAGNER ET FAIRE GRANDIR LE COLLECTIF

Dès lors qu'une personne rejoint la team, elle bénéficie d'un parcours d'onboarding lui permettant de prendre le temps de découvrir son équipe, d'apprendre concrètement son nouveau métier et ses enjeux. Pour garantir à chacun la possibilité de bénéficier d'une vision claire et dessinée de son parcours professionnel sur le long terme, on met aussi en place des Career Path pour chaque typologie de poste, du commis de cuisine au directeur de restaurant. On y évalue l'évolution sur 4 critères : l'excellence opérationnelle, le succès managérial, la maîtrise de son budget et l'incarnation des valeurs du groupe d'excellence, d'entrepreneuriat, d'authenticité et de méritocratie.

Pour rendre le dialogue encore plus transparent et favoriser l'épanouissement des gens, différents rituels de management sont mis en place, comme les one to one hebdos, moments d'échanges privilégiés avec son manager. La culture du feedback fait également partie intégrante du quotidien chez Big Mamma. Quand les règles sont claires et bienveillantes, avoir un terrain de jeu propice au partage de conseils ou d'avis constructifs entre coéquipiers est d'une puissance inouïe pour faire grandir le collectif.

FEEDBACK IS A GIFT



EQUILIBRE PRO PERSO

Pour donner plus de sérénité à nos équipes, on s'assure que chacun puisse bénéficier de deux jours de repos consécutifs par semaine et que tout le monde ait de la visibilité sur son planning. Cela peut sembler évident dans n'importe quel autre secteur, mais c'est une révolution dans le milieu de la restauration.

Il est également important pour nous de casser les codes autour de la parentalité. Nous sommes signataires du Parental Act, qui permet à chaque parent de bénéficier de deux semaines de repos supplémentaires avant de retourner au travail. L'ensemble des managers est par ailleurs formé aux questions autour de la parentalité et sensibilisé à l'aménagement des plannings pour accompagner au mieux chaque parent.

Un autre point clé pour nous, c'est le fait de pouvoir assurer à chacun d'être bien logé. Parce que l'on favorise la mobilité internationale et qu'un bon nombre des membres de notre équipe vient de l'étranger, trouver un logement est souvent une source de stress. On travaille aujourd'hui avec des organismes comme Dove Vivo ou Action Logement pour faciliter l'accès à des appartements et aider à l'installation des personnes qui arrivent dans une nouvelle ville.

PARENTAL ACT

ET LE BONHEUR, ON LE MESURE COMMENT ?

Notre plus grande fierté, c'est de voir les gens rester dans la team. Un des indicateurs qu'on observe attentivement, c'est le turnover des 4 premières semaines, c'est la meilleure façon selon nous de constater si on réussit ou non le pari d'embarquer les gens dans notre folle aventure mais aussi si les ressources qu'on met à leur disposition sont pertinentes. En parallèle, on mène des enquêtes en interne pour prendre le pouls de l'épanouissement de nos équipes. Lors de la dernière enquête d'Engagement que nous avons menée, nous avons relevé que le niveau d'épanouissement de l'équipe était à plus de 8,1/10. Par ailleurs, cette année, on comptabilise 536 promotions à l'échelle du groupe. C'est aussi ça Change People's Lives with Pizza.

536

promotions en interne en 2023



NICOLAS HEINTZ

OU LA POURSUITE DU BONHEUR

DRH DU GROUPE, NICOLAS MET TOUJOURS L'HUMAIN AU CENTRE, CONVAINCU QUE LA RÉUSSITE NE PEUT QUE PASSER PAR L'ÉPANOUISSEMENT PROFESSIONNEL ET PERSONNEL DE CHAQUE INDIVIDU. VÉRITABLE PASSIONNÉ DES GENS, IL ŒUVRE AU QUOTIDIEN POUR PERMETTRE À CHAQUE MEMBRE DE LA SQUADRA DE DESSINER UN PARCOURS À SON IMAGE.

AMORE
AMORE



QUELLES SONT LES ACTIONS ENGAGÉES CETTE ANNÉE POUR FAIRE DE BIG MAMMA UNE GREAT PLACE TO WORK?

Beaucoup de choses ont été mises en place tout au long de l'année. Un des sujets qui me tient le plus à cœur, c'est le gros focus sur la Diversité et l'Inclusion que l'on a créé, pour permettre à chaque personne de trouver sa place au sein du groupe et de s'y sentir bien. Big Mamma, ce sont plus de 37 nationalités qui construisent ensemble. On travaille au quotidien à célébrer toutes ces différences parce que c'est une richesse dingue. Un autre grand chantier est celui de la parité homme femme, on est presque à l'équilibre au niveau du management !

On a posé les bases en 2023 et on va continuer à mener ce projet intensément l'année prochaine pour faciliter l'inclusion des personnes en situation de handicap.

37 
nationalités
dans le groupe

QU'EST CE QUI FAIT DE BIG MAMMA UNE ENTREPRISE PROPICÉ À L'ÉPANOUISSEMENT ET L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE ?

L'épanouissement, il se juge souvent au temps qu'un employé passe dans une société. Conserver les talents, c'est l'un de nos plus beaux challenges. Pour l'ouverture de notre dernier restaurant, Gloria, à Milan, c'est 100% de l'équipe de management qui est issue de la promotion interne et qui vient de 3 pays différents ! Des exemples de superbes parcours comme ça, on a la chance d'en avoir énormément. Je pourrais citer Brenda Bellia, à l'origine runneuse et qui a évolué jusqu'à devenir directrice du restaurant Giacomo ou encore Daniele Figus, qui a démarré en tant que chef de rang et qui occupe désormais le poste de directeur des opérations, et la liste continue encore et encore, quelle joie pour nous !

PEOPLE

LES KPIS DE NOS ENGAGEMENTS PEOPLE



OBJECTIFS OPERATIONNELS	KPIS - PROJET	OBJECTIF
FAIRE PROGRESSER ET ÉVOLUER CHAQUE MEMBRE DE L'ÉQUIPE SELON SON MÉTIER ET SES ENVIES	% des membres de la team bénéficiant d'un programme d'onboarding	100%
	% de la team management cadre opérationnel issus de la promotion interne	75%
	Suivi du taux de promotion interne	25%
FAIRE ÉVOLUER NOS EMPLOYÉS DANS UN CADRE DE TRAVAIL ÉPANOUISSANT	Mener une enquête de satisfaction des salariés	> 80% de satisfaction
	Suivi du taux de turnover 2024	< 60%
DÉMARCHE D'INCLUSION ET D'ÉGALITÉ DANS NOTRE QUOTIDIEN	Part de femmes dans nos équipes	> 35% dans le management Indice égalité professionnelle : 99
	Déploiement de notre politique / Actions de sensibilisations / Communication sur la Ligne d'Alerte	
	Suivi du Parental Challenge	
SOUTIEN SOLIDAIRE	Partenariat solidaire : aide alimentaire auprès des étudiants en situation de précarité, actions, charity, mécénat de compétences	0,1% de nos ventes

ENVIRONNEMENT

QUALITÉ, DURABILITÉ, FÉLICITÉ

POUR PERMETTRE À CHACUN DE NOS CLIENTS DE PROFITER DE PRODUITS D'EXCEPTION DANS CHACUNE DE NOS RECETTES, UN TRAVAIL COLLECTIF QUI S'ARTICULE MAIN DANS LA MAIN AVEC NOS PRODUCTEURS EST INDISPENSABLE. ON VOUS PRÉSENTE ICI TOUT CE QUE L'ON A MIS EN PLACE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS ET QUI VA DANS LA CONTINUITÉ DE TOUTES LES ACTIONS INITIÉES AU FIL DES ANS, DEPUIS L'OUVERTURE DE NOTRE PREMIER RESTAURANT.

SAFE TRIP, GOOD FOOD

Cette année encore, nous avons continué d'optimiser la livraison de l'ensemble de nos produits ultra-frais italiens en partance de Naples comme la stracciatella, la mozzarella di Bufala, la burrata ou encore la fiore di latte. Ce qui représente un gain d'émission de CO2 de plus de 12 tonnes sur l'année. À Carmelo par exemple, cela représente une économie de gaz à effet de serre de plus de 40%.

On récupère par ailleurs l'ensemble des palettes qui nous sont livrées pour les remettre en circulation, de façon à réduire les déchets produits et à réutiliser au maximum tout ce qui peut l'être.

LESS CARBON
MORE CARBONARA



BALONE

LES PRODUITS QUE L'ON EST FIERS DE SERVIR À NOS KIDS

2023 a aussi marqué le début d'une collaboration avec une ferme marine Corse, au large des îles Sanguinaires, dans laquelle sont élevés bar, daurade et maigre dans des conditions ultra vertueuses. Ces perles rares sont label rouge, élevées sans antibiotique et bénéficient d'une croissance naturelle, respectant ainsi l'animal et son écosystème.

On achète désormais, pour toutes nos trattorie du Sud de la France, nos viandes de porc et d'agneau auprès de La table de Solange, un petit producteur dont l'entreprise familiale est basée dans l'Aveyron. Ils travaillent et sélectionnent pour nous des produits d'excellence et viennent compléter la démarche que nous avons initiée pour nos trattorie du nord de la France avec notre producteur Bazochon et au Royaume Uni avec nos producteurs Philip Warren & Alternative Meats, dont les techniques de travail sont toutes aussi nobles.

Depuis quelques mois, on trouve parfois de la viande de lapin à la carte de certains de nos restaurants, une initiative que l'on se refusait à mettre en place jusqu'à présent faute de filiale respectueuse de l'animal. Nous travaillons aujourd'hui avec le label "lapin & bien" de Loeul & Pirirot qui garantit un élevage responsable et un collectif d'éleveurs rémunérés au juste prix.

CAP SUR LE LOCAL

Depuis quelques mois, nos trattorie en France s'approvisionnent en champignons auprès d'une petite entreprise familiale dont la filière est 100% tracée et l'ensemble des récoltes réalisée en Bretagne. À Madrid, nous nous approvisionnons en fruits et légumes auprès d'un petit producteur se situant à quelques dizaines de km de nos deux restaurants. Par ailleurs, chacun des petits pains qui sont proposés dans nos trattorie parisiennes sont fait tous les matins à la main, à La Felicità par notre boulanger Stefano, puis livrés en camion électrique.

Enfin, cette année encore, on continue d'œuvrer pour que l'ensemble des livraisons en direction de nos restaurants se fasse sans packaging jetable. Cela s'illustre par l'arrivée de nos fruits et légumes en bacs consignés, il en va de même pour les herbes fraîches, qui sont livrées en vrac au kilo. Cela représente une économie carbone de près d'une tonne et ça, ça fait vraiment plaisir.



MARGAUX PÊTRE

EN QUÊTE, POUR LA PLANÈTE

EN CHARGE DE NOS PRODUITS FRANÇAIS, MARGAUX PORTE DANS SON CŒUR ET SA TO-DO LISTE LA VOLONTÉ D'OFFRIR UNE CUISINE RESPONSABLE ET LES PRODUITS LES PLUS QUALITATIFS À NOS CLIENTS. ELLE NOUS EXPLIQUE COMMENT ELLE ŒUVRE AU QUOTIDIEN POUR TRANSFORMER NOTRE DÉSIR D'IMPACT POSITIF EN UNE SOMME D'ACTIONS CONCRÈTES QUI CHANGE LA DONNE DANS L'ASSIETTE.



QUEL EST TON PLUS GROS CHALLENGE AU QUOTIDIEN ?

Toujours sélectionner les meilleurs produits, au meilleur prix, en minimisant au maximum l'impact environnemental de ceux-ci. Ça se traduit principalement par le fait de ne jamais acheter un aliment trop loin ou hors saison, tout en insufflant de la nouveauté et en faisant de nos produits une source d'inspiration pour nos chefs et la création de leurs recettes.

QUELLE FUT TA PLUS GRANDE FIERTÉ CETTE ANNÉE ?

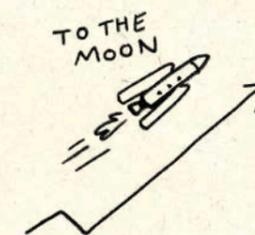
Sûrement l'ouverture de notre premier restaurant à Milan. Nous avons rencontré plus de 79 fournisseurs et avons testé des dizaines de produits incroyables pour finalement sélectionner 18 nouveaux producteurs de haut vol référencés comme des grands talents du terroir italien, une belle réussite pour une ouverture du tonnerre !

+18

nouveaux producteurs
italiens

QUELLE EST TA PRIORITÉ NUMÉRO 1 POUR L'ANNÉE PROCHAINE ?

Poursuivre tous nos engagements sur l'impact environnemental, tant sur le plan de la biodiversité, de l'eau et du carbone, mais aussi de manière plus générale concernant la pêche durable et le bien être animal, en embarquant tout notre écosystème de producteurs.



ENVIRONNEMENT

LES KPIS DE NOS ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX



OBJECTIFS OPERATIONNELS	KPIS - PROJET	OBJECTIF
LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	% de la team formée contre le gaspillage lors de la formation d'on-boarding	100%
	Taux de déchet alimentaire	Max 1,5%
LUTTER CONTRE LE PLASTIQUE ET LES DÉCHETS	% de plastique dans nos packagings à la vente	0%
	Travailler avec des fournisseurs utilisant des packagings réutilisables	1 fournisseur minimum par trattoria
	Mise en place d'un tri 5 flux et bio-déchets	100% dans toutes nos trattorias
RÉDUIRE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL	Re-certification B-Corp	96 points
	Bilan Carbone 2023	
	% de recettes végétariennes	60%
	% de produits de saison	95%
	% des tournées logistiques des derniers km en véhicules GNV ou électriques pour l'ensemble de nos trattorie en France	100%
	Construction d'une trajectoire carbone en ligne avec les accords de Paris	En progrès (cf CARBON MAPS)
MAÎTRISER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS SITES AVANT LEUR MISE EN EXPLOITATION	Rédaction d'un document de stratégie énergétique du site	Certification ISO 50001
	Signature d'un Code de conduite Producteurs & Fournisseurs	En progrès
MAÎTRISER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS SITES APRÈS LEUR MISE EN EXPLOITATION	Diminution du ratio MWH / CA	En progrès (cf ISO 50001)

RECEVOIR, DONNER, RECOMMENCER

CETTE ANNÉE ENCORE, NOUS SOMMES HEUREUX D'AVOIR PU, AVEC NOTRE ÉQUIPE ET NOS CLIENTS, MENER À BIEN UN CERTAIN NOMBRE D'ACTIONS EN FAVEUR DES PERSONNES LES PLUS VULNÉRABLES.

MAINTENIR LES BASES

Cette année encore, nous poursuivons les donations mensuelles de plats et surplus alimentaires aux associations Linkee à La Felicità et Hop Hop Hop Food à Carmelo. Cela représente au total 1.800 plats de pâtes et 1.500 Panna Cotta distribués côté Felicità, 2.525 repas côté Carmelo.

21.000 €, c'est le montant que nous avons pu reverser cette année à l'association espagnole ADSIS, qui vient en aide aux jeunes en difficulté et à leur insertion dans le milieu professionnel, grâce à l'ensemble de nos clients via l'arrondi sur l'addition dans nos trattorie espagnoles. 21.000 mercis à eux <3

Nous redistribuons en parallèle l'ensemble des petits pains qui ne sont pas consommés dans la journée dans nos restaurants madrilène à l'association Caritas, qui redonne ensuite ces denrées aux personnes les plus démunies dans la ville.

Nous avons aussi ajouté un plat à la carte dans tous les menus de Gloria, Ave Mario et Jacuzzi, dont tous les fonds récoltés ont été reversés à l'UNICEF, à destination des personnes ukrainiennes. Montant total de la recette : 26.791€.

& MORE...

4.600 € de dons, c'est la somme reversée à l'association Choose Love, qui vient en aide aux personnes réfugiées, grâce à la création d'un pull de Noël en collaboration avec la (très cool) marque Everpress.

Le Charity Flea Market de notre restaurant Circolo Popolare à Londres a eu le grand plaisir d'accueillir 330 visiteurs et récolter 5.200 € de dons reversés ensuite à l'association De Paul, qui vient en aide aux jeunes personnes sans abri.

Un partenariat avec les gourmets engagés de Tony Choccolony : 1.400 € de dons

1.400 € reversés à Hospitality Action lors de la soirée d'anniversaire de Gloria

2.800 € reversés à la Croix Rouge dans l'ensemble de nos restaurants londoniens, à destination des victimes des intempéries causés dans la région d'Émilie-Romagne en mai 2023.

NOS ASSOS
DU LOVE :

LINKEE
ADSI
CARITAS
UNICEF
CHOOSE LOVE
DE PAUL
HOSPITALITY ACTION
LA CROIX ROUGE
S.O.S. VILLAGES D'ENFANTS
MAISONS MATERNELLES



<3



LE MOT D'ANNA

LE PLUS BEAU, REPAS DE L'ANNÉE

« Je suis manager à Popolare et ça fait 7 ans et demi que je fais partie de l'aventure Big Mamma. Cette année, j'ai eu la chance de participer à un événement qui a donné encore un peu plus de sens à mon travail : le repas de Noël que l'on a organisé avec les associations SOS villages d'enfants et Maisons Maternelles à destination d'enfants défavorisés.

Au total, 100 frères et sœurs, ainsi que leurs accompagnateurs ont partagé un repas de fête avec les membres de la team dans nos trattorie East Mamma, Ober Mamma, Mamma Primi, Pizzeria Popolare, Libertino, La Bellezza, Palatino et Splendido, les 24 et 27 décembre.

On a passé plusieurs semaines à travailler le menu et la mise en place avec le chef et le chef pâtissier. On a ensuite reçu nos convives, on était tous tellement heureux d'être ensemble : nous de les recevoir et de leur faire goûter nos plats, eux de profiter d'un moment festif dans une ambiance de Noël, c'était incroyable. J'en retire un sentiment de fierté énorme. C'est probablement mon plus beau service et je souhaite renouveler ça aussi vite que possible. »

DU BONHEUR DES YEUX JUSQU'AU VENTRE

PARCE QUE L'ON N'A JAMAIS DEUX FOIS L'OPPORTUNITÉ DE FAIRE UNE BONNE PREMIÈRE IMPRESSION, ON PENSE NOS RESTAURANTS COMME ON CONSTRUIRAIT SA MAISON, AVEC BEAUCOUP D'AMOUR ET ÉNORMÉMENT D'EXIGENCE.

Pour ce faire, on chérit chacun de nos rituels, du traditionnel buongiorno au premier pas de la porte, à la façon de vous apporter le plat que vous dégustez et qu'on a pensé comme un antidote à la déprime.

DEPUIS LE PREMIER JOUR

Lorsque l'on passe les portes d'un restaurant comme Popolare, on ressent tout de suite l'énergie qui s'en dégage. Cette vague chaleureuse et joyeuse prend forme grâce à une multitude de détails : d'immenses tablées à partager, sur lesquelles on se régale de recettes de l'Italie du sud, tels que les fritti, les pizze ou encore de nos glaces artisanales faites maison, au son d'une musique festive... Un endroit dans lequel les gens se retrouvent pour célébrer leurs plus belles nouvelles et dont partage, rire et convivialité sont les maîtres mots.

Alors que dans une trattoria comme la Bellezza, l'histoire que racontent les murs, c'est celle du voyage en Italie. C'est une expérience qui se vit à travers des recettes forgées par des grands classiques de la cuisine italienne, aussi réconfortants que gourmands, tels que les polpette ou encore les pâtes fraîches ripiena, à déguster dans un fabuleux plat peint à la main dans la région des Pouilles, le tout dans une ambiance enveloppante.



EDMONDO, HAMBURG
Hohe Bleichen 17, 20354
14 Avril 2023



GLORIA, MILANO
Via Tivoli, 3, 20121
01 Décembre 2023

SE RÉINVENTER & CASSER LES CODES

Parce que notre mission a toujours été de casser les codes, on a décidé, en 2023, de se lancer dans le pari fou d'explorer les marqueurs du luxe dans le secteur de la restauration et de les transposer à notre propre sauce.

Cela a donné vie à de nouveaux lieux, comme Jacuzzi (Londres, 20 Janvier 2023) et Carlotta (Londres, 12 Mai 2023) à Londres, Edmondo à Hambourg ou encore Gloria à Milan. Pour ces restaurants, on s'est creusé la tête pour proposer un service 3 étoiles mais toujours joyeux, des plats dignes d'un gastro, composés de produits d'exception, le tout dans l'ambiance vibrante et décontractée à l'italienne qui constitue notre ADN.

À Gloria, on propose par exemple la crème de la crème des huîtres, produites en toute petite quantité en Bretagne, tout en restant alignés à notre combat pour des prix accessibles. Une bonne manière pour nous de faire découvrir au plus grand nombre ces bijoux de la mer que l'on ne trouve que dans des restaurants étoilés. Il en va de même pour des dizaines d'autres produits de la carte comme le caviar de la maison Kaviari ou encore les gamberi crudi de mazzara que l'on sert sur un plateau de glace. On maintient pour autant une générosité dans nos recettes, le filet de bœuf Rossini que l'on sert fait, par exemple, 250 g - du jamais vu dans un gastro. Tout en proposant aussi de grands classiques mais dont l'exécution et la finesse surprennent toujours, c'est le cas par exemple de notre Cacio e Pepe devenue depuis l'ouverture le préféré de la carte.

La magie de ces nouveaux lieux réside aussi dans les détails de design aussi exceptionnels qu'inattendus. On peut par exemple reconnaître dans notre restaurant Gloria à Brera, les splendides lustres du grand artiste Jacopo Foggini, ainsi qu'une pépite de mobilier vintage, un palmier en verre de Murano qui trône au centre de la pièce. Il en va de même pour chacun des tissus du restaurant, tous réalisés en atelier, avec des coloris et des dessins composés sur mesure et en une seule série. Ces endroits, on les a pensés comme des musées, au sein desquels on veut faire voyager dans les régions les plus majestueuses de l'Italie.

ITALODISCO



ALBERTO SUARDI

LES INGRÉDIENTS AU CŒUR DE L'ASSIETTE

ALBERTO SUARDI, C'EST LE CHEF EXÉCUTIF QUE L'ON NE PRÉSENTE PLUS CHEZ BIG MAMMA. CE JEUNE PRODIGE DE BERGAME, AU TEMPÉRAMENT DE FEU, EST À L'ORIGINE DES CARTES ET DES PLATS ICONIQUES DE BON NOMBRE DE RESTAURANTS DU GROUPE.



COMMENT PROPOSER UNE TELLE CARTE À DES PRIX PLUS ACCESSIBLES ?

Tout d'abord, nous accordons une grande importance à la qualité des ingrédients. Notre collaboration en direct avec la plupart de nos producteurs est un atout majeur, puisqu'il nous permet de travailler sans intermédiaire, tout en garantissant des produits frais et artisanaux.

Ensuite, nous mettons beaucoup d'énergie dans la transmission du savoir-faire entre nous tous. J'ai pour ma part fait mes armes dans des cuisines de restaurants gastronomiques, il me tient à cœur de transmettre ce que l'on m'a appris à chaque membre de la brigade. La formation est cruciale et cela se reflète dans la préparation des plats et dans le service.

QUEL EST LE PLUS GRAND CHALLENGE POUR LA CRÉATION DE LA CARTE ?

Certainement la recherche de producteurs avec lesquels on partage les mêmes engagements sur la qualité, qui respectent chaque ingrédient de A à Z, qui font preuve de transparence et qui nous permettent de faire découvrir à nos clients des ingrédients nouveaux et d'exception.

QUEL EST L'OBJECTIF QUE TU TE FIXES POUR CETTE NOUVELLE ANNÉE ?

Mes objectifs pour cette année demeurent inchangés vis-à-vis des années précédentes : continuer d'apporter mes connaissances et mon savoir-faire, tant sur le plan technique qu'humain, tout en participant activement à l'expansion de Big Mamma en ouvrant des restaurants toujours plus dingues.

FREEDOM OF EAT

EXPERIENCE

LES KPIS DE NOS ENGAGEMENTS FOOD

WE
ARE
READY

OBJECTIFS OPERATIONNELS	KPIS - PROJET	OBJECTIF
CUISINE ITALIENNE AUTHENTIQUE: SELON UN SAVOIR-FAIRE ITALIEN TRADITIONNEL	% de produits bruts non transformés	> 95%
TRANSPARENCE ET TRAÇABILITÉ DE NOS PRODUITS	Liste accessible de l'origine de nos produits principaux et de nos fournisseurs principaux sur notre site internet	
	Part de produits sourcés en direct producteur	65%
	Part des produits sourcés en Italie & en local	75%
	Parts de produits italiens sourcés en Italie	98%
	% de nos producteurs et fournisseurs répondant à notre questionnaire de transparence	99%
	Bien-être animal : - Respect de l'ensemble des critères de l'ECC d'ici 2026 - 100% œufs hors cage d'ici 2025 - Filière respectueuse sur le lapin	- Objectif en progrès pour le poulet et les œufs - Objectif atteint en 2023 concernant notre approvisionnement en lapin
RÉDUIRE NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL	Part de nos produits Food sans conservateur, sans additif, sans colorant artificiel	95%

A photograph of four men in light pink suits and white aprons hugging in front of a building entrance. The men are walking away from the camera, and their arms are around each other's shoulders. The building has a stone facade and a large window with a grid pattern. A sign with the word "GLO" is visible on the wall. The text "BIG MAMMA RAPPORT DE MISSION 2023" is overlaid on the image in a yellow, serif font.

BIG MAMMA
RAPPORT DE MISSION
2023