



**Faisons
connaissance**

La CRM : toute une histoire...

L'aventure débute en 1989, date à laquelle Jean Pierre Martel et sa femme Christine, créent la Centrale de Restauration Martel (CRM).

A son origine, l'entreprise, basée à Rodez, se spécialise dans les prestations traiteurs (mariages, banquets) et les Grands Evènements. Entreprise de défis dès ses premières heures, la CRM sera partenaire de nombreux rallyes internationaux tels le **Paris - Dakar** ou encore le **Paris-Moscou-Pékin**. Dès lors, M. Martel avait compris qu'au-delà de la cuisine, la maîtrise de la logistique serait un élément déterminant pour réussir.



(Ci-dessus, Gerry, notre second de cuisine en compagnie de personnalités qui ont marqué le Dakar, Messieurs Roma, Yoshi et Meoni).

Les atouts et la réactivité de la CRM faisant rapidement bonne presse, à partir de 1995, plusieurs communes de l'agglomération ruthénoise font appel à la société afin d'assurer la gestion concédée des repas scolaires. Certaines entreprises feront alors la même démarche pour les repas de leur personnel; le tout ne venant qu'en complément des activités traiteurs.

Fin 2003, un terrible incendie vient ravager l'unité de production, compromettant de fait l'ensemble des emplois. Rapidement décision est prise de reconstruire, sur le même site de Bel Air, permettant ainsi de jouir d'une cuisine centrale des plus modernes du Sud de la France. Là aussi, le souhait d'une logistique sans faille est mis en avant, une cuisine transitoire modulable est installée le temps de la reconstruction, afin de garantir la continuité de service, et d'honorer les contrats en cours.

A partir de 2005, la CRM se spécialise en interrompant petit à petit ses activités traiteur pour se concentrer sur la restauration scolaire, d'entreprise et sociale. L'occasion est alors venue d'expatrier ses savoir-faire au-delà des frontières Aveyronnaises pour rayonner sur la région Midi-Pyrénées et l'Hérault.

Pour ce faire, Nicolas Tiquet rejoint l'entreprise et prend le relais du couple Martel en partance pour la retraite, à partir de décembre 2007. Pierre Lagarrigue intègre quant à lui l'équipe en tant qu'attaché commercial.

En 2010, la CRM crée son propre service qualité avec l'arrivée de Marie Bouyssou.

L'été 2011 permettra de nouveaux aménagements de l'unité de production, avec une optimisation des espaces de travail et la création d'un hall d'accueil ouvert pour recevoir nos visiteurs.



La CRM aujourd'hui

Nom : CRM

Forme juridique : S.A.S. – Société par action simplifiée

Activité : Elaboration de menus, fabrication, vente et livraison de repas pour collectivités.

Directeur : Jean-Michel COLAS

Siège social : ZA Bel Air – 605, rue des Artisans – 12000 RODEZ

Tél : 05 65 67 30 35

Fax : 05 65 67 17 77

Mail : contactmartel@orange.fr

New
CRM

Site internet: www.crm-restauration-collective.com

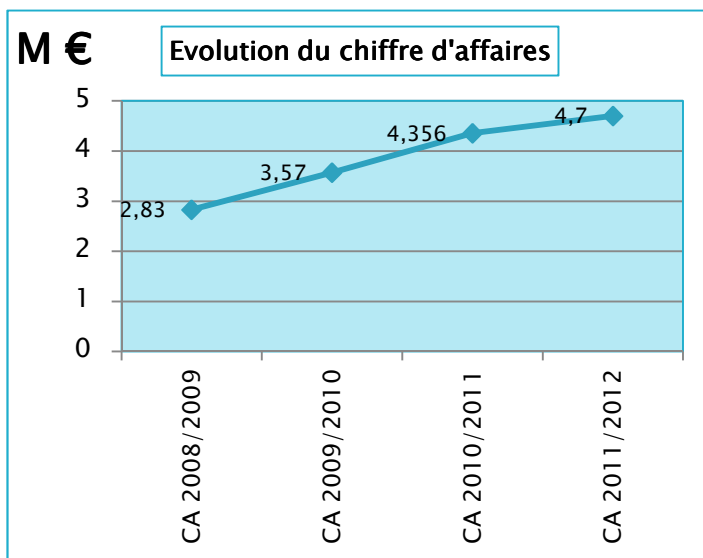


Moyens matériels et humains :

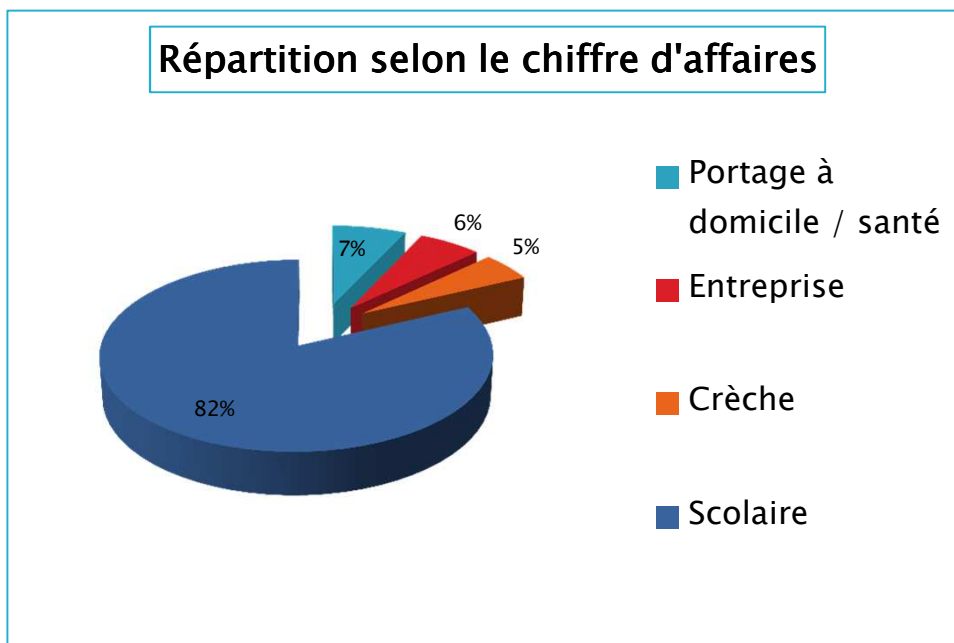
- **Propriétaire** de son unité de production d'une capacité de production de 12000 repas / jour
- 11 véhicules réfrigérés + **1 véhicule relais sur parc**
- des cuisiniers issus de la restauration traditionnelle ou collective (40 salariés)
- une diététicienne formatrice agréée, diplômée d'Etat
- une équipe à votre écoute et omniprésente sur le terrain

Production actuelle : 9 870 repas / jour





Nos clients :



Notre métier : la liaison froide

La restauration hors domicile a beaucoup évolué et s'est rapidement accentuée ces dernières années ; il est alors apparu **plus économique et plus rationnel** que les opérations majeures de restauration (livraison, stockage des marchandises, préparation, cuisson et conditionnement) soient centralisées dans des cuisines dites « industrielles » (les cuisines centrales) qui approvisionnent de nombreux établissements.

On parle de « **liaison** » lorsqu'il existe un transport de préparations. Une liaison est un intervalle de temps, la liaison commence à partir du moment où les préparations sont terminées, jusqu'au moment de leur service. Durant cette liaison, il y a un refroidissement rapide, puis une remise en température au moment du service.

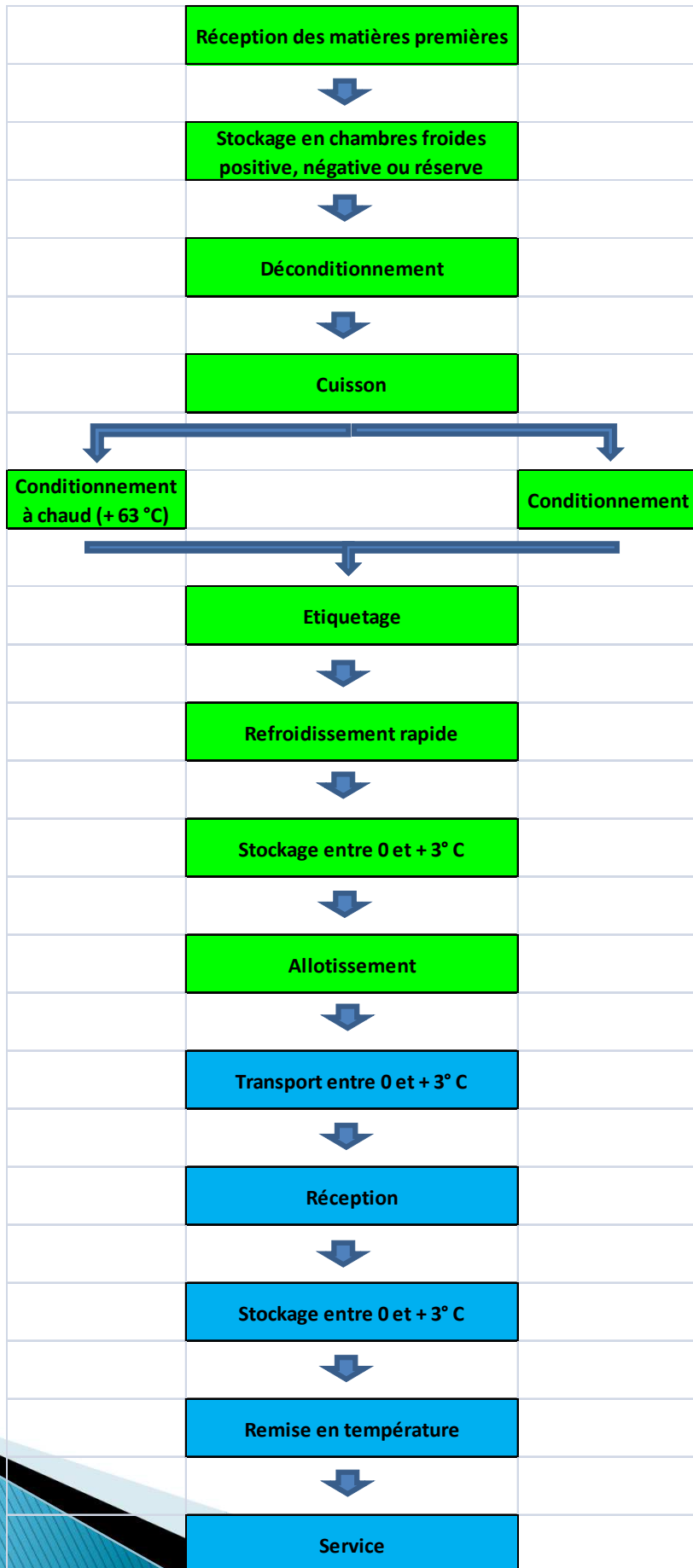
La liaison froide (**schéma page suivante**) permet de dissocier les étapes de production : la préparation, suite à sa cuisson, doit pouvoir être refroidie.

Après refroidissement, le produit est stocké puis transporté dans un endroit propre et réfrigéré. Lors du service, c'est la remise en température du produit qui est ensuite maintenue au chaud.



Vos bénéfices :

- Hygiène et sécurité alimentaire (maintien de la chaîne du froid)
- Conservation de la qualité organoleptique et gastronomique initiale du produit
- Meilleure organisation des cuisines satellites (clients) avec des économies d'échelle dans la gestion du temps des opérateurs
- Transfert maximum de responsabilités vers le prestataire.



Petit tour du propriétaire

Nous vous proposons ici une visite de notre cuisine selon l'ordre des procédures (marche en avant), de la réception de votre commande, à la livraison de vos repas, dans vos locaux.



1) **Réception marchandises** : Deux magasiniers sont chargés de la réception des marchandises. Ces dernières subissent **plusieurs contrôles** : d'abord **visuel**, et **quantitatif** (vérification de la conformité avec la commande), puis **qualitatif** avec prise de température (et refus si non conforme), ainsi qu'archivage des étiquettes de lot par scan afin **d'assurer la traçabilité**.



2) **Le stockage des marchandises** : Une fois les contrôles à réception effectués, les marchandises sont acheminées vers les chambres froides positives, négatives ou l'épicerie. Il y a 3 chambres froides positives différenciées selon les produits : une pour les produits laitiers baptisée B.O.F. (pour beurre, œuf, fromage), une pour les fruits et légumes et une pour les viandes et charcuteries.



Ces deux dernières fonctionnent avec **un faible stock du fait d'un approvisionnement local** qui peut être assuré par nos fournisseurs de façon régulière.



L'épicerie sert quant à elle majoritairement de **réserve de secours en cas de rupture d'approvisionnement** chez un de nos fournisseurs, ainsi que de stock de produits secs (pâtes, riz, lentilles, compotes...)

Un **plan de nettoyage** est établi dans toute la centrale et affiché avec un échéancier et le visa des personnes concernées pour chaque zone (voir photo ci-contre chambre froide négative).





3) La sortie marchandise / déconditionnement :

Pour chaque production, un magasinier est en charge de sortir la quantité de produit nécessaire à la fabrication. Un **système de fenêtre** a été mis en place afin **d'éviter les contaminations croisées et les mouvements de personnels**. Aucune personne travaillant en cuisine ne sort en « zone sale » pour récupérer des produits dans les zones de stockage.

De même, aucun carton ni emballage ne passe la fenêtre de déconditionnement.

4) La cuisine / cuissons :



Nous voici en zone dite propre. Ici, toute personne est habillée de gants, masque, chaussures de sécurité, charlotte et blouse.

Une fois déconditionnés, les produits sont acheminés vers les zones de préparation froide (entrées) pour être lavés, rapés, ou épluchés, et assaisonnés, ou vers la préparation chaude pour être cuits.

La centrale dispose de 3 sauteuses, 3 marmites, 4 fours, 2 feux pour assurer l'intégralité des cuissons. Elle dispose également d'un cutter/ mélangeur de 7L pour les repas mixés. D'autres matériels viennent compléter l'équipement de la cuisine tels qu'une éplucheuse à légumes, un trancheur automatique, une girafe à mixer, etc...



La CRM dispose d'un contrat de maintenance au niveau des équipements de la cuisine.

Un suivi quotidien de la cuisine et de l'hygiène est fait par notre qualitiennne qui organise tous les matins un « **POINT 5** » avec les responsables de chaque service, durant lequel elle expose les éventuelles non conformités constatées ou les **pistes d'amélioration** de la production.

Un système de masque de couleur en fonction de l'heure permet de veiller à la bonne application des mesures d'hygiène et au **renouvellement régulier des protections jetables**.



5) Le conditionnement / étiquetage:



Conformément aux normes qui régissent la profession (GEMRCN et Décret de septembre 2011), **chaque barquette individuelle ou collective est pesée** en bout de chaîne. Le conditionnement a lieu à chaud le plus souvent (sortie de cuisson) mais peut aussi être fait à froid (après passage en cellule de refroidissement).

La CRM dispose de 2 thermoscelleuses automatiques, une est allouée au plat chaud, l'autre aux entrées. Nous disposons également d'operculeuses semi-automatique qui peuvent servir en cas de panne ou de petites productions.



Une fois pesées, les barquettes en polypropylène alimentaire (injectée gastronorme, sans bisphénol A) sont prises par un rail, pour être filmées et ensuite étiquetées en bout de chaîne. L'étiquette apposée comporte **toutes les mentions obligatoires** à savoir : la dénomination du produit, le numéro d'agrément sanitaire, la date limite de consommation ainsi que des recommandations d'utilisation.

Par mesure de **sécurité alimentaire chez le client final**, la CRM utilise des étiquettes thermomarquantes. Celles-ci se grisent si le produit a déjà été remis en température. L'utilisateur sait donc que la chaîne du froid a été interrompue par une première réchauffe et doit jeter la barquette.



6) Le refroidissement rapide :

C'est le principe même de la liaison froide. Il consiste à faire chuter le produit de la température de cuisson (+63 °C minimum à cœur) à moins de 10 °C, le tout en moins de 2 heures. Ceci permet d'assurer une conservation du produit allant de 3 à 5 jours au-delà de la date de fabrication (DLC). Les cellules de refroidissement rapide fonctionnent par choc thermique et sont au nombre de quatre chez CRM.

Ces dernières peuvent imprimer un diagramme de températures afin de vérifier qu'il n'y a pas eu d'écarts anormal pendant la durée du cycle.

7) Le stockage / allotissement:



Une fois refroidies, les barquettes sont stockées en chambres froides à 3° C pour être alloties en fonction de chaque commande, et classées par tournées. L'ensemble des chambres froides (positives et négatives) sont reliées à un **tableau de contrôle des températures**, visible depuis la cuisine. Ce **système enregistre tout écart imprévu**, et le signale par une alarme qui sonne dans le bureau du chef de cuisine pendant la journée, et **directement chez notre frigoriste** si l'écart intervient dans la nuit.

Cet outil vous garantit que durant l'intégralité des opérations de production et de stockage, il n'y a **pas de rupture de la chaîne du froid**.



8) La livraison

Chaque matin, ce sont 11 **véhicules réfrigérés** qui sont chargés et sillonnent les routes du Sud pour vous servir. La CRM dispose **d'un véhicule relais sur son parc** afin d'intervenir en cas de besoin. L'intégralité de la flotte est en location avec notre partenaire Le Petit Forestier. Ce fonctionnement nous permet d'avoir en permanence des **véhicules récents, à faible kilométrage, et dont la consommation est faible**.

Les camions sont d'ailleurs tous munis de déflecteurs d'air. Aussi, **un suivi et entretien régulier** est assuré par notre partenaire. Plusieurs camions sont afférés sur un même secteur géographique, ce qui sécurise d'autant plus la logistique. En cas d'erreur, un des autres véhicules peut avoir un stock de dépannage.

Chaque livreur contrôle sa marchandise avant chargement et permet ainsi un **double contrôle** (après celui de l'allotissement) ; ce qui laisse peu voire pas de risque d'erreur. **Un plat « test »** qui suit l'intégralité du parcours du chauffeur permet d'assurer un suivi des températures, au-delà du contrôle visuel du thermomètre de la caisse réfrigérée. Ce plat est piqué au moyen d'une sonde en début, milieu et fin de tournée et les fiches d'enregistrement sont toutes répertoriées à la CRM. De même, **les livreurs sont habilités à effectuer l'ensemble des relevés de température** si vous êtes absents au moment de la livraison.

Enfin, la route entraînant des impondérables, un **stock de repas à longue conservation** vous sera remis en début de partenariat afin de pallier tout évènement (accident, panne électrique dans vos locaux).





**Vos priorités
sont les nôtres.**

Des approvisionnements responsables

Questions à Jean Michel COLAS, Directeur Général.

- Comment sont-organisés les approvisionnements chez CRM?

Il n'y a pas à proprement parler de Service « Achats » chez CRM, c'est une coordination entre les responsables des équipes « qualité », « diététique », « production » et « commerciale » qui permet de gérer nos achats. Chaque service apporte son expertise et son savoir-faire afin de définir les exigences à respecter lors du référencement de nos fournisseurs. Ce fonctionnement permet aujourd'hui de sélectionner le bon produit, au bon moment et au bon endroit.

- Quels sont selon vous les critères indispensables à prendre en compte pour la sélection de vos fournisseurs ?

En tant que société régionale, nous favorisons naturellement des entreprises de proximité, à taille humaine, et qui partagent nos valeurs. D'autre part, nous travaillons dans une logique de long terme, nous collaborons depuis longtemps avec la plupart de nos fournisseurs. La relation de confiance qui s'est installée avec eux nous permet d'imposer un niveau d'exigence élevé en terme de qualité et de réactivité.

Nous gardons à l'esprit d'autres critères essentiels comme la traçabilité et la sécurité des aliments. Pour preuve : nous servons depuis 1996 dans nos restaurants exclusivement de la viande de bœuf VBF. Enfin, notre engagement dans le développement durable implique une obligation de la part de nos fournisseurs de s'inscrire dans une démarche identique à la nôtre.

Je reste persuadé que la réussite d'un plat est conditionnée essentiellement par l'association des savoir-faire de nos cuisiniers et le choix du bon produit. Ce principe, nous le gardons toujours à l'esprit lors de nos achats.

- Comment répondez-vous aux nouvelles exigences de l'approvisionnement en restauration scolaire ?

Grâce au Grenelle de l'environnement d'octobre 2007, la volonté d'un approvisionnement local et partiellement bio dans les cantines s'est renforcé. Malheureusement à l'époque nous n'avions pas beaucoup de solutions pour répondre à ces attentes. Même s'il reste encore beaucoup à faire, les filières locales commencent à vraiment s'organiser et nous permettent d'avoir chaque année de plus en plus de produits régionaux et locaux dans nos recettes. En 2011, c'est le minimum que nous garantissons à tous nos convives.

Concernant les produits biologiques, ma volonté et celle de la CRM est de rester cohérent dans notre démarche. C'est-à-dire de proposer une offre supérieure aux personnes qui le souhaitent mais pas à n'importe quel prix. Le bio se doit d'être local ou régional. Ceci engendre bien évidemment un surcoût de la matière. Aussi, mon engagement est de vous garantir des produits biologiques exclusivement français d'ici deux ans.

Afin de respecter la saisonnalité et l'approvisionnement local, la diversité des produits biologiques est réduite. Nous complétons donc cette offre supérieure par un apport de produits labellisés pour les clients qui le souhaitent en vue de fournir une offre de qualité et respectueuse de la planète.

J.M. Colas

La « CELLULE ACHAT » :

La qualité de l'approvisionnement est synonyme de qualité de la prestation. Pour répondre à vos attentes en la matière, nous n'avons pas souhaité nous organiser autour d'une « direction des achats » qui est trop souvent déconnectée des réalités du terrain. Nous lui avons préféré une cellule de coordination des achats sur le modèle de notre « cellule menu ».

Cette cellule achats est constituée **d'un responsable de chaque service de l'entreprise** (cuisinier de cuisine centrale, diététicienne, technico-commercial). Deux personnes élaborent les cahiers des charges et les partenariats avec les fournisseurs en fonction des exigences de cette cellule. Pour chacun des produits référencés, nos exigences sont les suivantes :

CRITÈRES DE RÉFÉREMENT POUR CHAQUE PRODUIT

CARACTÉRISTIQUES NUTRITIONNELLES

- caractéristiques nutritionnelles du produit par rapport aux références équivalentes,
- conformité avec les recommandations du GEMRCN et du PNNS.

MISE EN ŒUVRE EN CUISINE

- origine du produit,
- qualité organoleptique,
- conditionnement,
- facilité d'utilisation,
- absence d'OGM,
- absence de produits ionisés,
- exclusion des produits interdits.

SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

- agrément sanitaire du fournisseur,
- Plan de Maitrise Sanitaire (PMS),
- traçabilité amont : numéro de lots,
- contacts et procédure d'astreinte en cas de gestion de crise,
- laboratoire d'analyse,
- respect de la Date Limite de Consommation (DLC).

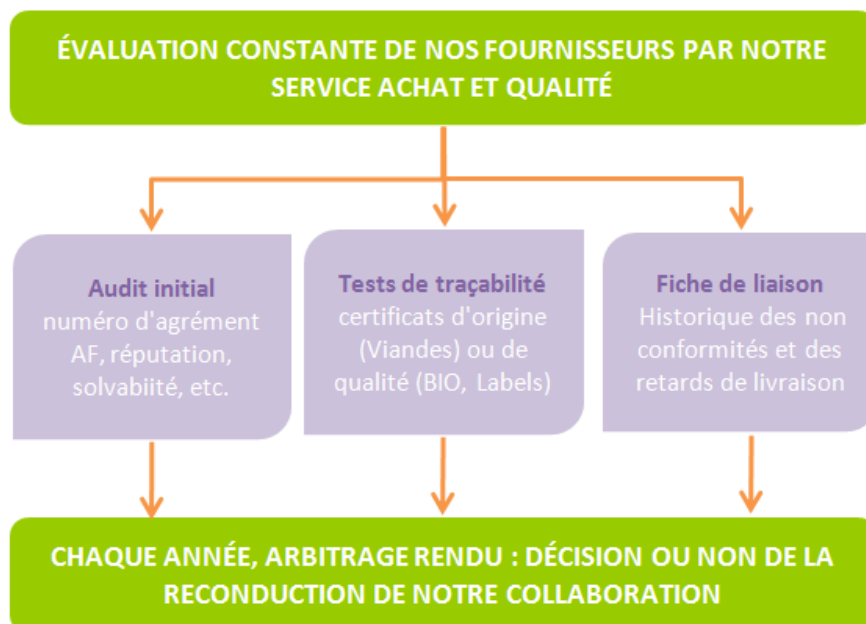


Ces deux personnes gèrent les conditions d'achats qui vont encadrer les échanges commerciaux lors du partenariat. Elles sont également chargées de la création **des outils de sélection et du suivi des fournisseurs**. En complément **d'audits sur les lieux de production, un questionnaire d'évaluation** portant sur les aspects de sécurité alimentaire est ainsi transmis à nos partenaires.

Notre particularité tient aussi au nombre de fournisseurs référencés. Nous ne travaillons pas avec un fournisseur unique, ils sont au minimum trois par ligne de produits. Les avantages de ce système sont nombreux :

- limiter les risques de ruptures de stock et ainsi les changements de menus,
- vous proposer des produits de qualité tout au long de l'année : en cas de problème sur un service, un fournisseur peut être déréférencé très rapidement,
- référencer de nouveaux produits de manière plus soutenue.

Le référencement et le suivi des fournisseurs sont organisés comme suit :



Depuis plusieurs années, CRM s'inscrit dans une démarche de qualité. La ligne directrice de l'entreprise est la satisfaction des clients. Celle-ci passe par :

➤ **la sélection réfléchie de nos fournisseurs en matières premières**

Ces derniers sont sélectionnés en fonction **de la qualité, du prix et du critère régional**. Conformément à cette démarche, la liste des fournisseurs référencés est en constante évolution (pas de fournisseur « installé »). Aussi, la CRM tente de privilégier les relations avec les fournisseurs locaux. Cette politique d'achats permet, en outre, de pérenniser nos relations avec le tissu économique régional ; et d'apporter dans nos restaurants, des produits du terroir.

➤ **la qualité des produits**

Les produits respectent la réglementation et garantissent la sécurité alimentaire. Ils sont sélectionnés en fonction :

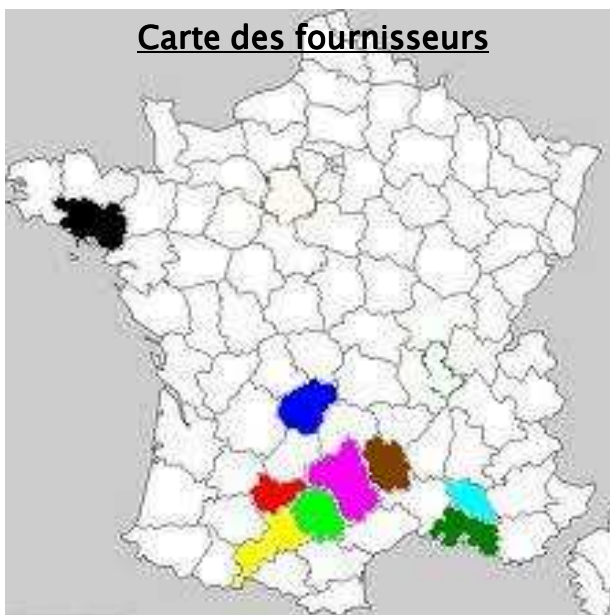
- Des attentes des différents types de consommateurs
- De la variété nécessaire aux plans de menus établis
- De leur qualité organoleptique
- De leur origine et provenance



Nous préconisons et privilégions **l'utilisation de produits frais** à travers nos propositions de menus. La CRM porte un point d'honneur à **l'exclusion totale des OGM** dans les produits qu'elle achète. Elle veille également à limiter l'usage de matières premières contenant des huiles partiellement hydrogénées et s'engage à ne pas servir de poissons dont l'élevage et/ou la pêche sont décriés (Perche du Nil, Panga...)








Carte des fournisseurs



Légen de	Fournisseur	Catégorie	Adresse
	Cité Marine Soviporc	Poissons Porc	Kervignac (56) La Trinité (56)
	Gérard Bonnet Viandes (GBV)	Volailles	St Léger de Peyre (48)
	Vitacroc	Salade, légumes	Chateaurenard (13)
	SA Fabié	Pâtisseries	Saint Julien Aux Boix (19)
	Pro à Pro	Epicerie	Montauban (82)
	Pomona Brake	Surgelés Surgelés	Toulouse (31) Toulouse (31)
	Lodifrais	Beurre, oeufs, fromages	Carmaux (81)
	Bousquet Viandes	Viandes	La Primaube (12)
	SAS Sovia	Viandes	Onet le Château (12)
	Socopa	Viandes	Villefranche de Rouergue (12)
	Jasse Larzou	Charcuteries	Millau (12)
	SARL Boutet & fils	Fruits et légumes	Rodez (12)
	L'Epi du Rouergue	Pain	Lioujas (12)
	Le Moulin du Pivert	Biscuits BIO	Lunac (12)
	ProNatura	Fruits et légumes BIO	Cavaillon (84)

Répartition des approvisionnements par famille de produits

FAMILLE	NATURE DES PRODUITS	REPARTITION EN %
 Entrées	Frais	70
	Surgelé	10
	Conserve	20
 Viandes	Frais	80
	Surgelé	20
 Poissons	Frais	5
	Surgelé	85
	Conserve	10
 Légumes	Frais	20
	Surgelé	55
	Conserve	15
	Sec	10
 Desserts	Frais	50
	Surgelé	50

La CRM privilégie l'utilisation de légumes surgelés ou frais ayant subi un premier nettoyage (pommes de terre et carottes épluchées, fraîches sous vide), car l'utilisation de produits dits « terreux » présente un risque bactériologique important.

Le développement durable, ça nous parle...



Le Développement durable, définition :

C'est le développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.

La CRM a bien intégré cette définition et s'implique au quotidien pour le développement durable. Celui-ci s'entend à tous les niveaux d'intervention de la CRM par :

- **Des achats raisonnés et durables** : via des fournisseurs locaux (travail avec le tissu économique régional), mais aussi par la mise en avant de produits labellisés et BIO, dont l'impact de la production sur l'environnement est maîtrisé et limité.
- **Le recrutement et la formation de personnes en difficulté professionnelles** : travail de collaboration avec le GRETA (emploi de personnels en chômage longue durée et/ou présentant un handicap), mission de conseil auprès de la cellule reclassement de l'ANPE.
- **La limitation de l'impact des transports** : location de l'intégralité des véhicules avec le Petit Forestier (véhicules récents, suivi et entretien régulier), moteurs dérivés de la technologie diesel avec faible consommation (propulseurs à méthane), déflecteur d'air sur tous nos camions de livraison, géolocalisation pour optimiser les tournées et réduire les distances, approvisionnements dans un rayon kilométrique faible.
- **Gestion des déchets** : tri des déchets, utilisation de barquettes recyclables allégées (25 à 30% de polypropylène en moins que sur barquette standard), minimisation des emballages (éviction des suremballages et limitation des conditionnements individuels), maîtrise des consommations d'eau et d'énergie, filtres eaux usées avant envoi dans le réseau.
- **La prévention santé** : Traçabilité par archivage des étiquettes et scan produit, intervention de notre diététicienne diplômée d'Etat dans l'élaboration des menus, application de toutes les recommandations PNNS et GEMRCN, sensibilisation des enfants à la nutrition par des animations.

❖ Respecter la saisonnalité

La logique durable doit en premier lieu permettre de proposer le bon produit au bon moment. Et pour cela, la CRM s'attache à respecter une de ses priorités, **la SAISONNALITE**.

Un fruit ou un légume dit « de saison » est disponible pour le consommateur au cours de sa période naturelle de récolte. Hors de cette période, il est produit sous serre ou cultivé dans une zone géographique éloignée qui permet une production à « contre-saison ». Dans ce cas là, la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre, notamment liées au transport, augmentent, et la biodiversité est alors défavorisée.

Au contraire, **respecter les saisons favorise le maintien des biodiversités** en permettant de découvrir les nombreuses variétés de fruits et légumes dont la disponibilité varie au fil des mois de l'année. Cela permet d'éveiller les enfants à une alimentation diversifiée et de **retrouver le plaisir de consommer des aliments savoureux**. Ci-dessous, le calendrier de production des légumes et fruits que l'on retrouve le plus souvent dans nos propositions de menus :

Légumes	Automne et Hiver						Printemps et Été						
	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	
Pommes de terre	•	•	•	•	•	•	•	•				•	•
Betteraves	•	•	•	•	•	•	•	•					
Carotte	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	
Potiron	•	•	•	•									
Céleri rave		•	•	•	•	•							
Brocolis		•	•	•	•	•							
Radis noir		•	•	•	•								
Navet		•	•	•	•	•		•	•				
Épinard		•	•	•	•	•		•	•				
Endives			•	•	•	•							
Radis	•	•					•	•	•	•	•	•	•
Concombre	•	•						•	•	•	•	•	•
Tomate	•								•	•	•	•	•
Courgettes	•								•	•	•	•	•
Petit pois	•									•	•	•	•

Fruits	Automne et Hiver						Printemps et Été						
	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	
Banane	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Nashi	•	•											
Poire		•	•	•	•	•	•						
Pommes		•	•	•	•	•	•	•					
Clémentines			•	•	•								
Kiwi				•	•	•	•	•					
Orange				•	•	•	•						
Ananas				•	•	•	•	•					
Pomelo					•	•	•	•	•				
Pastèque											•	•	•
Melon	•										•	•	•
Pêche	•										•	•	•
Prunes	•											•	•
Raisin	•	•	•										•
Fraise								•	•	•	•		
Cerise												•	

La saisonnalité en application dans nos menus : notre Semaine du Goût 2012

Notre Semaine du Goût 2012 est un bel exemple de respect de la saisonnalité. Au menu : une salade de radis noir, une purée de potiron à la muscade, un nashi (fruit entre une pomme et une poire), une salade d'automne aux raisins, etc.

