

Tour de table

**UN MARKETING
QUI SORT
DES SENTIERS
BATTUS**
p. 4

2023 ↗
**Tendances
culinaires :**
FUSION DE GENRES
ET AUTRES | p. 10





Chic en NOIR

Pour les fêtes de fin d'année, créez une présentation stable et attrayante de vos plats principaux avec ces pièces de service en fonte d'American Metalcraft. Ils permettent de garder vos plats chauds à table afin de prolonger le plaisir de vos convives.

United® - équipements et accessoires de cuisine pour restaurants propose une sélection complète d'accessoires et d'équipements sur lesquels reposent les meilleures expériences de restauration.



Contactez votre représentant Service alimentaire Gordon® ou consultez le site de Commande Gordon pour voir ces accessoires de cuisine et bien d'autres.

www.united-rs.com





Dans ce numéro

4 Un marketing qui sort des sentiers battus

Le marketing sur place permet de viser les clients déjà à vos tables

7 Prenons une grande inspiration et réfléchissons à notre santé mentale

Aider les employés stressés est bon pour eux... et pour l'entreprise.

10 Tendances culinaires 2023

Une nouvelle année est synonyme de nouvelles possibilités pour les menus des restaurants.

RECETTES VEDETTES



12 Brochettes de bœuf grillé anticuchos

13 Pizza de style kimchi ppang

14 Pâté de style congee au poulet et noix de coco

Restez connectés à Service alimentaire Gordon®



gfs.ca/idees

©2023 Service alimentaire Gordon®
012023/564325/CA FR

Planifier pour réussir DATES ET ÉVÈNEMENTS À VENIR

FÉVRIER

04 Journée de la cuisine maison

Nouilles, légumes, bouillon ou crème, c'est la journée idéale pour réchauffer le corps et l'esprit de vos clients avec un bol copieux.

11 Journée «Personne ne mange seul»

Encouragez les clients à venir avec un membre de la famille ou un ami et proposez des entrées, des repas et des desserts à partager.

14 Jour de la Saint-Valentin

Dressez vos tables pour deux et prévoyez une atmosphère romantique avec des boissons, des entrées et des friandises chocolatées gourmandes.

15 Jour de l'agriculture canadienne

Organisez un repas entièrement canadien et encouragez vos clients à publier des égoportraits «fourchettes en l'air» pour célébrer l'abondance de la nation.

MARS

03 Journée de l'appréciation des employés

Nommez un article du menu en leur honneur et renforcez le moral des membres de votre équipe en soulignant publiquement leur travail.

24 Journée nationale du cocktail

Mettez les cocktails à l'honneur en préparant des boissons alcoolisées ou en proposant des cocktails sans alcool attrayants pour augmenter les profits.

AVRIL

16 Journée des œufs bénédicte

Les œufs pochés sont la vedette, mais la créativité est le clou du spectacle. Du saumon à la place du jambon, des bagels plutôt que des muffins anglais... simplement divin!

22 Jour de la Terre

Mettez l'accent sur vos ingrédients naturels ou votre engagement en faveur de la durabilité des produits.

26 Journée du bretzel

En nœuds, en bâtonnets ou comme petits pains – il y a une place sur votre menu d'amuse-gueule ou de sandwich pour des bretzels.

MAI

21 Journée de célébration du personnel de service

Soulignez l'excellent travail de vos serveurs. C'est en grande partie grâce à eux que les clients deviennent des habitués.

28 Journée nationale du burger

Profitez de cette occasion pour tester une nouvelle idée de burger et voir si elle mérite de figurer sur votre menu permanent.

JUIN

03 Journée des œufs fouettés

Préparez un plat à base d'œufs facile pour le déjeuner (une quiche, par exemple) qui pourra rester au menu toute la journée. Ou allez-y à fond et offrez un soufflé.

05 Journée de l'essai d'un burger végétarien

Les burgers de protéines végétales demeurent populaires. Testez-les sur votre menu toute la semaine et voyez s'ils deviennent un plat favori.

11 Journée du maïs en épi

Un épi de maïs habille très bien une assiette, mais le maïs sous toutes ses formes est un excellent moyen d'ajouter de la couleur au menu.

22 Quelqu'un a dit «rondelles d'oignon»?

Préparez-les vous-même ou choisissez des options déjà en pâte que vous pouvez faire frire et servir avec des sandwichs ou des plats principaux.

TIREZ PARTI DES FÊTES DU PRINTEMPS

Saint-Patrick - 17 mars

Célébrez la culture irlandaise avec des laits frappés à la menthe, du pain irlandais, du bœuf salé et de la salade de chou, pour ne nommer que quelques spécialités.

Pâques - 9 avril

Prévoyez un grand buffet pour le brunch ou annoncez des plats que vos clients pourront emporter chez eux pour leurs propres célébrations.

Cinco de Mayo - 5 mai

Les fêtes de tacos, c'est bien, mais vous pouvez aussi demander à votre représentant comment planifier une célébration des traditions culinaires hispaniques.

Fête des Mères - 14 mai

Offrez une fleur ou une réduction sur les desserts pour aider les familles à célébrer les mamans qui apportent tant de joie et d'amour dans leur vie.

Fête des Pères - 18 juin

Ne ratez pas l'occasion d'allumer votre gril au charbon et de proposer des burgers, des steaks ou des grillades pour célébrer les papas de ce monde.

Besoin d'idées? Essayez une offre combinée. Offrez aux clients une réduction s'ils apportent leur facture de restaurant de la fête des Mères le jour de la fête des Pères.



Un
marketing
qui sort

des sentiers battus

*Le marketing sur
place permet de
viser les clients déjà
à vos tables*

Chaque fois qu'un client entre dans votre restaurant, cela ouvre la porte à un concept de marketing sur place, soit la promotion de votre entreprise auprès des clients qui y mangent déjà.

Un excellent marketing de ce type améliore l'expérience du client, transformant sa visite en quelque chose de plus pour lui et pour vos résultats. Il peut accroître l'engouement, augmenter le montant moyen de facture, encourager la répétition des visites ou fidéliser le client.

«À une époque où les clients sont difficiles à obtenir, vous ne pouvez tout simplement pas prendre pour acquis un client qui est déjà là, explique Geoffrey Bonham, gestionnaire du marketing client chez Service alimentaire Gordon.

Premières étapes

Le menu est un excellent vecteur de marketing à l'intérieur des restaurants, selon Vanessa Snyder. Elle est une spécialiste des menus chez Service alimentaire Gordon, qui plaide en faveur d'un menu plus petit, mais bien fait.

«En raison de la pénurie de main-d'œuvre et de l'augmentation des prix, vous avez besoin d'un menu que vous pouvez exécuter de



manière cohérente, conseille Vanessa. Un menu plus petit signifie une expérience de consommation plus facile pour les clients et une rotation de la clientèle plus rapide dans votre salle à manger.»

Une autre façon d'améliorer l'expérience client et d'aider les serveurs stressés est d'utiliser des codes QR qui renvoient au menu. Lorsque les clients sont assis, ils peuvent consulter le menu avant

l'arrivée du serveur. Si possible, permettez-leur de commander des boissons ou des amuse-gueules par voie électronique.

Les encarts de menu et les menus d'une page pour les boissons et les desserts sont un outil de marketing peu coûteux et très rentable. Un encart peut présenter des offres spéciales quotidiennes ou saisonnières, ainsi que des promotions à venir. Un menu de boissons et de desserts qui reste à la table tente les clients tout au long du repas.

Fidélisation et au-delà

Les cartes-chevalets sont un autre outil de marketing sur place pour promouvoir les promotions et les offres à long terme, en plus d'être un bon moyen de mettre en place un programme de fidélisation. Ajoutez un code QR que les clients peuvent lire pour s'inscrire et en savoir plus.

Même si les programmes de fidélisation typiques peuvent vous coûter un dessert ou une réduction, ils n'ont pas besoin de coûter quoi que ce soit.

«Les programmes de fidélisation peuvent être conçus autour de l'exclusivité et des expériences, suggère Geoffrey. Vous pouvez inviter les membres à une soirée spéciale de dégustation de vin ou de démonstration du chef, et les gens paieront souvent pour être les premiers à essayer un nouveau vin ou un plat spécial.»



Les membres peuvent également bénéficier d'un traitement spécial pour les réservations, explique-t-il. Réservez simplement quelques tables à votre service de 19 h jusqu'à la dernière minute pour les membres du programme. S'ils appellent à l'avance, ils évitent la queue. Sinon, la table se libère à 19 h 05.

Le marketing à l'intérieur de votre établissement peut être ludique, en fonction de votre marque. Les soirées de jeux de table, de jeu-questionnaire

ou de musique sur vinyle (faites jouer des disques sur demande) sont une façon de montrer votre côté créatif.

Nouer des relations

Lorsque les clients s'inscrivent à des programmes de fidélisation, réservent des tables ou discutent avec les serveurs, assurez-vous de recueillir des données sur ceux-ci. Il



existe notamment des plateformes de gestion de la relation client (GRC) permettant de recueillir des renseignements susceptibles d'améliorer l'expérience des clients.

Les données de GRC fonctionnent aussi bien pour les restaurants familiaux que pour les chaînes. Lorsque l'établissement des horaires et la rotation élevée du personnel perturbent le rapport entre le serveur et le client, les données de GRC prennent le relais. Elles peuvent rappeler à votre équipe qu'un groupe célèbre un anniversaire, que le client aime vraiment l'entrée de beignet de crabe avec sauce cocktail piquante, etc.

«Normalement, lorsque les gens pensent aux budgets marketing, ils pensent à l'extérieur de l'établissement : les annonces télévisées, les panneaux d'affichage, les médias sociaux, etc., souligne Geoffrey. Vous êtes alors dans le jeu de l'acquisition. Mais en faisant



preuve de créativité entre vos quatre murs, vous risquez de dépenser moins d'argent et d'influencer des clients qui sont déjà des réguliers de votre restaurant et qui sont plus susceptibles de revenir ou d'en parler à leurs amis.»



NOTRE BŒUF PROVIENT DE FERMES FAMILIALES ENGAGÉES À BIEN SOIGNER LES BÊTES ET À PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT



La famille Chenail
Havelock, Québec, Canada



*Une des nombreuses familles
d'éleveurs du meilleur bœuf
Angus qui soit*



Communiquez avec votre représentant de Service alimentaire Gordon® pour en savoir plus sur nos produits.

*CertifiedAngusBeef.com



PRENONS UNE GRANDE INSPIRATION ET RÉFLÉCHISSONS À NOTRE SANTÉ MENTALE

.....
*Aider les employés
stressés est bon pour
eux... et pour l'entreprise.*



Si vous demandez aux restaurateurs de dresser la liste des problèmes de santé de leur personnel, la réponse concernera probablement des coupures aux doigts, des brûlures d'huile, des pieds endoloris, des maux de dos ou de la fatigue. En effet, la santé mentale n'est pas aussi visible qu'une blessure et est donc souvent oubliée.

Le quotidien d'un restaurant est déjà stressant en soi. Les pénuries de main-d'œuvre et les clients qui se fâchent n'aident certainement pas la situation. Et, en fin de compte, le bien-être mental des employés concerne tout le monde. Le fait d'y porter attention peut aider votre personnel tout comme votre entreprise.

On admire quelqu'un qui travaille malgré une douleur physique et qui retourne travailler tout de suite après être passé aux urgences. Les enjeux liés à la santé mentale, quant à eux, suscitent plutôt le jugement ou la mise à l'écart.

«Nous avons une certaine stigmatisation à surmonter», explique Erin Boyle. «La santé mentale est tout aussi importante que la santé physique. Si vous luttez contre l'anxiété, la dépression ou le trouble de stress post-traumatique, vous en ressentirez les répercussions physiques.»

Directrice générale de CHOW (Culinary Hospitality Outreach and Wellness), Erin a pu constater à quel point les problèmes de santé mentale peuvent nuire au moral, amplifier les conflits, créer des situations dangereuses, augmenter l'absentéisme et hausser les taux de roulement.

Prendre des nouvelles des employés au quotidien et soutenir son équipe

Le contraire de l'absentéisme est le présentéisme, c'est-à-dire la situation dans laquelle un membre du personnel se présente au travail, mais n'est pas efficace. Cela peut être le signe qu'un employé vit des problèmes de santé mentale et, par le fait même, créer du stress pour tout le monde.

Le simple fait de prendre des nouvelles de son personnel permet aux gestionnaires d'être engagés auprès de celui-ci. Les réunions en début de journée ou avant les repas sont une bonne occasion de poser des questions sur les problèmes des employés ou de remarquer des changements dans leur apparence ou attitude.

ÊTRE ATTENTIF À SA SANTÉ MENTALE

Voici quelques questions sur le bien-être à se poser quotidiennement :

- ☐ Est-ce que j'ai assez dormi?
- ☐ Est-ce que j'ai pris une pause de travail?
- ☐ Est-ce que j'ai pris une pause d'écran?
- ☐ Est-ce que j'ai fait des étirements ou de l'exercice?
- ☐ Est-ce que j'ai passé du temps avec des personnes ou des animaux que j'aime?
- ☐ Est-ce que j'ai fait quelque chose de réconfortant comme regarder une émission, écouter un balado, prendre un bain, etc.?
- ☐ Est-ce que j'ai demandé de l'aide aux autres quand j'en avais besoin, comme pour soulever quelque chose, planifier une activité, aller chercher de la nourriture, etc.?
- ☐ Est-ce que j'ai pris le temps de manger?
- ☐ Suis-je reconnaissant envers une personne ou une chose dans ma vie?
- ☐ Comment est-ce que je me sens en ce moment?

Ces questions peuvent vous aider à commencer une conversation avec un ami, un collègue de travail ou vous-même :

- ☐ Comment vas-tu vraiment?
- ☐ Qu'est-ce qui occupe le plus tes pensées en ce moment?
- ☐ As-tu déjà pensé à réduire ta consommation d'alcool ou de drogues?
- ☐ T'est-il déjà arrivé de perdre tout intérêt pour les choses que tu aimes habituellement?
- ☐ Te sens-tu fatigué ou épuisé?
- ☐ As-tu de la difficulté à te détendre?
- ☐ Deviens-tu facilement de mauvaise humeur?
- ☐ As-tu l'impression que quelque chose de grave pourrait arriver?

Après avoir posé la question, écoutez activement la réponse.

Pour plus de soutien, visitez le site chowco.org/resources.

«Il ne faut pas tenir pour acquis que quelqu'un qui sourit est nécessairement heureux», indique Sara Patterson, directrice nationale des ressources humaines de Service alimentaire Gordon Canada. «Il faut demander aux gens comment ils vont et quel est leur niveau de stress.»

En définitive, un lieu de travail sain nécessite de l'entraide entre les employés. Les gestionnaires sont occupés. Ils sont certainement en mesure d'expliquer les politiques, les procédures et les moyens d'obtenir de l'aide, mais il est possible qu'ils passent à côté de signes précurseurs des problèmes de santé mentale. C'est pourquoi Erin Boyle encourage tous les membres d'une équipe à se soutenir mutuellement en adoptant une attitude orientée vers l'action.

Laisser la thérapie aux professionnels qualifiés

On encourage les gestionnaires à surveiller les problèmes de santé mentale de leurs employés, mais pas à agir en tant que thérapeute. En fait, les lois interdisent aux gestionnaires de poser à leur personnel certaines questions médicales et de santé. Ils peuvent toutefois faire des observations. C'est un bon moyen de se renseigner sur les gens.

«Un gestionnaire doit être à l'affût des changements de comportement ou d'attitude», précise Sara Patterson. «Faites en sorte que la conversation reste naturelle. Des questions comme "Y a-t-il quelque chose dont tu voudrais parler?" ou "Comment va ta famille?" permettent d'établir un lien plus personnel.»

Si une personne est manifestement stressée, Sara Patterson conseille de la référer aux ressources humaines ou à une ligne d'assistance téléphonique. Il peut suffire d'une conversation avec la bonne personne pour sauver une vie.

Erin abonde dans le même sens et cite les conseils du projet californien I Got Your Back : «Si quelqu'un vous révèle qu'il a des pensées suicidaires, demandez-lui : "Est-ce que je peux appeler la ligne d'écoute avec toi?" Faites toutes les étapes devant lui et

dites ensuite à la personne qui répond que vous aimeriez simplement savoir comment fonctionne cette ligne.»

Ce processus témoigne de l'attention et de l'intérêt que l'on porte à l'employé, en plus de montrer à celui-ci une façon d'obtenir de l'aide pour les difficultés qu'il pourrait vivre en dehors du travail.

Trouver la meilleure solution

Il est facile de trouver de l'aide. De nombreux endroits, comme le site Stratégies en milieu de travail sur la santé mentale de Canada Vie, offrent des ressources en ligne.

Toutefois, les programmes orientés vers la santé mentale ne fonctionneront que si c'est réellement ce dont votre équipe a besoin. «Ce serait une perte d'argent si, en fait, les employés veulent plutôt un jour de congé supplémentaire et un abonnement à Netflix», soutient Erin Boyle.

Si votre entreprise dispose d'un service des ressources humaines, celui-ci peut vous expliquer les programmes d'aide aux employés ou les options de thérapie clinique, rappelle Sara Patterson. Il est également possible d'appeler le 1-833-456-4566, le numéro de Parlons suicide Canada.

Espace mieux-être Canada offre également de nombreuses ressources en santé mentale sur son site.

Sara Patterson note également que des outils de santé mentale sont disponibles sur le site de l'Association canadienne pour la santé mentale et qu'il est possible d'appeler le 211, une ligne d'assistance à l'échelle nationale, pour être orienté vers des cliniques de santé et autres ressources diverses.

Ces ressources peuvent améliorer la santé de votre personnel et, conséquemment, aider votre entreprise. L'Organisation mondiale de la Santé explique que chaque dollar dépensé en lien avec la santé mentale rapporte quatre dollars, par l'amélioration de la santé et de la productivité.

Le contenu de cet article est fourni à titre informatif uniquement et ne constitue pas un conseil juridique, de ressources humaines ou d'un autre domaine professionnel.

Sienna

BOULANGERIE®

MIAM MIAM NAAN!

Attirez l'attention sur vos amuse-bouches avec les pains naan de Sienna Boulangerie®. Ces petites bouchées sont le point de départ parfait pour créer des hors-d'œuvre qui feront augmenter vos profits.

Sienna Boulangerie fabrique tous ses pains de façon artisanale, en petites quantités. Les convives remarqueront l'aspect cuit au four et le mariage parfait de la saveur et de la texture.

Demandez à votre représentant de Service alimentaire Gordon® de vous présenter notre gamme complète de pains naan et de vous donner des idées pour les intégrer à votre menu.





2023

TENDANCES CULINAIRES

Une nouvelle année est synonyme de nouvelles possibilités pour les menus des restaurants.

*Quoi de neuf?
Qu'est-ce qui est à venir? Les chefs et les restaurateurs posent souvent la question, alors nous l'avons posée à nos experts : Quelles sont les tendances culinaires à l'horizon pour 2023?*

Nos spécialistes culinaires de Service alimentaire Gordon® se sont exprimés sur ce que les exploitants peuvent attendre de l'année à venir. Ils ont eu des idées similaires, en commençant par rappeler que les clients veulent de nouvelles expériences gustatives et sont toujours prêts à payer pour de la bonne nourriture.

«Les gens reviennent parce que les restaurants essaient de nouvelles choses et reprennent de vieilles recettes pour les moderniser. Il s'agit de faire évoluer la cuisine en fonction de l'époque et du lieu», indique Michael Vilorio, de Vancouver.

Cinq idées pour 2023

1

Les plats axés sur les légumes prennent la vedette. Les gens se détournent un peu des protéines à base végétale et redécouvrent les légumes comme une option du centre de l'assiette.

Ne se limitant pas au végétarisme ou au végétalisme, l'approche centrée sur les légumes peut inclure des protéines animales en petites quantités. L'attrait réside dans les arômes conférés par des techniques de cuisson agressives, comme griller au charbon de bois, fumer, rôtir sur le feu, etc., et des assaisonnements.

«Nous assistons à une résurgence des aliments végétaux naturels. Les gens prennent des feuilles de chou et les mettent dans un bol, les farcissent de légumes et les enroulent pour en faire un plat de chou roulé, explique David Evans à propos du marché de Toronto. On voit beaucoup de plats à base de pommes de terre et de légumes racines être la vedette au lieu d'être un accompagnement.»

2

L'umami des champignons.

Pour les chefs, l'usage culinaire des champignons ne se limite pas aux burgers de portobello et aux champignons de Paris dans les salades et les pizzas.

«Les champignons sont les bijoux cachés du monde des fruits et légumes, indique Michael. Avec toutes les variétés qui existent, c'est un substitut de viande ou de protéine qui a de la place pour se développer – excellent seul, mais bon dans les bouillons, les sauces et même le thé.»

Enoki, pleurote, dermatose des russules, chanterelle, shiitake, fausse corne d'abondance et poule des bois ajoutent tous de l'umami au menu, et absorbent les saveurs à des degrés divers tout en ajoutant de la couleur à l'assiette. Michael recommande également de couper les petits champignons en duxelles qui pourront être cuites pour un plat bolognais, un chili ou un pâté chinois.





Nouvelles fusions.

Le creuset culinaire évolue alors que les gens font l'essai de cuisines inconnues et y trouvent des similitudes. Prenons par exemple les influences méditerranéennes sur les recettes familières. La bruschetta italienne à base de tomates devient un ezme turc. La pizza traditionnelle devient un pain géorgien au fromage et œuf. Et cela ne s'arrête pas là.

«À Montréal, nous avons de très bons restaurants asiatiques, indiens et afro-américains. Des personnes de différentes cultures apportent leur propre touche à la cuisine de notre ville, explique Paul-André Miron Piché. Il y a un endroit qui fait de la poutine pho : frites, sauce, bouillon, boulettes de viande, radis, basilic et crevettes. Quelle créativité!»

On constate également un intérêt croissant pour les cuisines sauvages et végétales indigènes, selon David. Les trois sœurs – le maïs, les courges et les haricots – trouvent leur place sur le menu, aux côtés du thym sauvage, du romarin et des herbes régionales typiques de la cuisine française.

Michael est d'accord : «Ce qui est tendance, c'est la curiosité de ce qui est similaire dans la cuisine de chacun.»



Les protéines sous vide et précuites.

L'embauche de personnel demeure un défi, c'est pourquoi les exploitants recherchent des options cuites, prêtes à chauffer, pour économiser de la main-d'œuvre et du temps.



«Les entreprises qui produisent des viandes sous vide et précuites ont vraiment fait beaucoup de progrès, et c'est quelque chose que les chefs peuvent explorer, souligne Paul-André. Le personnel de cuisine n'a plus qu'à réchauffer la viande et à la napper d'une sauce pour la servir – c'est une mise en assiette simple et accessible.»

Autres attentes pour 2023

Au cours de l'année à venir, les exploitants chercheront à résoudre d'autres problèmes liés aux menus et à la main-d'œuvre dans la cuisine.

Les chefs s'intéressent de plus près aux marinades et aux fermentations pour élargir leur menu. Les légumes marinés au vinaigre et le kimchi fermenté au goût piquant peuvent rehausser les plats principaux.

Les nouvelles planches de style charcuterie offrent une opportunité de marge élevée pour un repas ou un plat à

partager. Considérez-les comme une version digne d'Instagram et en format réduit du buffet : des plateaux de fromages crémeux, de marinades, de fruits de mer, de légumes et même de beurres.

Les problèmes de dotation obligent également à des changements dans le domaine culinaire. Outre l'utilisation de protéines sous vide et précuites qui permet d'économiser de la main-d'œuvre, les exploitants cherchent à accroître l'efficacité et à permettre aux chefs de se concentrer sur la créativité.

«C'est la qualité contre la quantité. De nombreux restaurants n'ont pas les ressources nécessaires pour proposer plus de 30 plats, ils doivent donc rétablir leur concept et leur identité, affirme Michael. Ils n'ont pas besoin de réinventer la roue. Ils peuvent toujours rester fidèles à eux-mêmes sans être tout pour tout le monde.»





RENDMENT :
1 portion de
3 brochettes



PRÉPARATION :
10 minutes



CUISSON :
5 minutes



Donnez du mordant à votre menu de manière économique avec ces lanières de haut de surlonge imprégnées d'une marinade pimentée à la péruvienne. Embrochez la viande, faites-la griller et servez-la avec une sauce au fromage pour lui donner encore plus de saveur.

BROCHETTES DE BŒUF GRILLÉ ANTICUCHOS

INGRÉDIENTS

170 g	Haut de surlonge USDA Choice
28 g	Recette : Marinade à anticuchos
56 g	Recette : Sauce au fromage à la Huancayo
1 c. à soupe	Coriandre lavée Markon® Ready-Set-Serve®

PRÉPARATION :

1. Couper le haut de surlonge de bœuf en lanières de 56 g. Ajouter la marinade à anticuchos et les lanières de bœuf dans un contenant d'entreposage et réfrigérer pendant la nuit.
2. Retirer les lanières de la marinade et les placer sur des brochettes.
3. Chauffer un grill au charbon à haute température. Faire rapidement griller les brochettes, environ 2 minutes de chaque côté.
4. Verser une petite quantité de sauce au fromage à la Huancayo dans une assiette et y déposer les brochettes.
5. Garnir de coriandre.

MARINADE À ANTICUCHOS

113 g	Pâte de piment aji panca
120 ml	Mélange d'huile de canola Gordon Choix®
60 ml	Vinaigre de vin rouge Gordon Choix
2 c. à thé	Ail émincé Markon Ready-Set-Serve
½ c. à thé	Cumin moulu Trade East®
60 ml	Sauce soya

PRÉPARATION :

1. Mélanger tous les ingrédients et les placer dans un contenant d'entreposage pour plus tard.

SAUCE AU FROMAGE À LA HUANCAYO

30 ml	Mélange d'huile de canola Gordon Choix
85 g	Oignons espagnols, en dés
6 gousses	Ail rôti
113 g	Pâte de piment fort jaune aji amarillo
237 ml	Lait évaporé
454 g	Fromage queso fresco émietté
14 g	Craquelins Cheez-It
Au goût	Sel casher
28 g	Nectar d'agave

PRÉPARATION :

1. Dans une sauteuse chauffée à feu moyen, faire revenir les oignons dans l'huile jusqu'à ce qu'ils soient tendres, environ 3 minutes.
2. Ajouter l'ail rôti et la pâte d'aji. Porter à faible ébullition, puis retirer du feu pour laisser refroidir.
3. Ajouter le lait évaporé, les oignons, la pâte d'aji et l'ail dans un mélangeur. Réduire en purée jusqu'à consistance lisse.
4. Ajouter le fromage queso fresco, les craquelins Cheez-It et le nectar d'agave. Réduire en purée jusqu'à consistance lisse.
5. Transférer dans un contenant hermétique et réfrigérer.



RENDMENT :
1 portion de 567 g



PRÉPARATION :
10 minutes



CUISSON :
8 minutes

PIZZA DE STYLE KIMCHI PPANG

INGRÉDIENTS

227 g	Sauce marinara
142 g	Kimchi, égoutté
1 un.	Pain focaccia à l'ail et aux herbes, décongelé
6 un.	Fromage mozzarella en tranches Gordon Choix®
Au goût	Oignons verts tranchés finement Markon® Ready-Set-Serve®

PRÉPARATION :

1. Mélanger la sauce marinara et le kimchi.
2. Disposer les tranches de mozzarella sur le pain focaccia. Verser la sauce marinara au kimchi sur le fromage.
3. Placer dans un four préchauffé à 190 °C (375 °F) pendant 5 à 8 minutes.
4. Retirer du four, couper en morceaux de forme triangulaire et garnir d'oignons verts.



La focaccia élève l'expérience de la pizza sur pain plat et lui donne des airs nouveaux. Cette création comprend une riche sauce marinara italienne et du kimchi coréen piquant. Servez-la comme amuse-gueule à partager ou comme entrée. Dans tous les cas, ce sera l'amour fou dès la première bouchée.



RENDMENT :
1 portion de 454 g



PRÉPARATION :
10 minutes



CUISSON :
15 minutes

Considérez ceci comme une version internationale d'un plat réconfortant. Le congee est une bouillie de riz asiatique qui constitue une riche garniture pour ce pâté au poulet unique surmonté d'une belle couche de pâte feuilletée.

PÂTÉ DE STYLE CONGEE AU POULET ET NOIX DE COCO

INGRÉDIENTS

1 un.	Pâte feuilletée
1 un.	Gros œufs Gordon Choix®
14 g	Mélange d'huile de canola Gordon Choix
14 g	Carottes Gordon Choix, en dés de ¼ po
14 g	Edamames écossés
14 g	Oignons verts tranchés finement Markon® Ready-Set-Serve®
56 g	Poulet effiloché, décongelé
284 g	Recette : Garniture de style congee au poulet et noix de coco

PRÉPARATION :

1. Faire décongeler la pâte feuilletée sur une plaque recouverte de papier parchemin. Couper la pâte en un cercle du diamètre du bol de service souhaité.
2. Ajouter un peu d'eau à l'œuf et fouetter pour former une dorure. Badigeonner la pâte feuilletée avec la dorure et faire cuire dans un four préchauffé à 177 °C (350 °F) pendant 15 minutes ou jusqu'à ce qu'elle soit dorée.
3. Dans une sauteuse chauffée à feu moyen, faire revenir dans l'huile les carottes, les edamames, les oignons verts et le poulet.
4. Ajouter la garniture de style congee au poulet et noix de coco et une cuillère à soupe ou plus d'eau. Remuer jusqu'à ce que le tout soit complètement réchauffé et bien mélangé.
5. Mettre la garniture dans un bol de service. Garnir d'oignons verts et placer la pâte feuilletée sur le dessus.

GARNITURE DE TYPE CONGEE AU POULET ET NOIX DE COCO

14 g	Mélange d'huile de canola Gordon Choix
2 c. à thé	Gingembre frais, pelé et émincé
1 c. à thé	Ail pelé et émincé
	Markon Ready-Set-Serve
1,6 L	Bouillon de poulet
800 ml	Lait de coco non sucré
794 g	Recette : Riz au jasmin
43 g	Vinaigre de vin de riz
28 g	Sucre granulé
Au goût	Sel casher

PRÉPARATION :

1. Chauffer une grande casserole avec l'huile et y faire suer rapidement le gingembre et l'ail.
2. Ajouter le bouillon de poulet, le lait de coco et le riz cuit.
3. Faire bouillir jusqu'à ce que le riz se décompose en une consistance de gruau, environ 30 minutes, en remuant fréquemment.
4. Ajouter le vinaigre de vin de riz, le sucre et le sel.
5. Laisser refroidir au réfrigérateur et réserver pour plus tard.

RIZ AU JASMIN

532 ml	Eau
1½ c. à thé	Mélange d'huile de canola Gordon Choix
Au goût	Sel casher
Au goût	Poivre noir moulu Trade East
340 g	Riz au jasmin

PRÉPARATION :

1. Dans une grande casserole, porter à ébullition l'eau, l'huile, le sel et le poivre.
2. Incorporer le riz. Réduire le feu au minimum et couvrir. Laisser cuire pendant 10 minutes.
3. Défaire le riz à la fourchette. Retirer de la casserole et réserver pour plus tard.

IMPOSSIBLE™

FAIT À BASE DE PLANTES POUR CEUX QUI AIMENT LA VIANDE



IMPOSSIBLE™ BURGER À BASE DE PLANTES

- 17 g de protéines
- 0 mg de cholestérol
- 5 g de gras saturés

Code GFS (emballage de 2.27 kg): 1395718

Code GFS (10 galettes x 113 g): 1397009



IMPOSSIBLE™ PÉPITES DE POULET À BASE DE PLANTES

Voici les Impossible™ Pépites De Poulet À Base De Plantes. Avec un extérieur doré et croustillant et un intérieur juteux, elles sont spécialement conçues pour les friteuses de restaurant et sont prêtes en moins de 3 minutes!

- 9 g de protéines
- 0 mg de cholestérol
- 1 g de gras saturés

(Par portion de 70 g)

Code GFS (2 emballages de 2.27 kg): 1445887

IMPOSSIBLE™ SAUCISSE À BASE DE PLANTES (PRÊTE À MANGER)

- 6 g de protéines
- 0 mg de cholestérol
- 2.5 g de gras saturés

**Code GFS (2 emballages
de 2,27 kg): 1441667**



MEILLEUR POUR LA PLANÈTE

Comparativement à la viande animale, les produits Impossible™:

- Utilisent moins de terres
- Utilisent moins d'eau
- Entraînent moins d'émissions de gaz à effet de serre

Pour plus d'informations, contactez votre représentant de Service alimentaire Gordon !

SANS LIMITES

Pour aller loin, ça commence
à nos salons de 2023.

Préparez-vous à vivre une expérience
riche en possibilités savoureuses,
en inspiration sans fin, en idées
précieuses et en technologies
de l'avenir.



Visitez notre site web ou lisez le code
QR pour trouver un salon dans une
ville près de chez vous.

gfs.ca/salon

Cheffe Megan Punches,
spécialiste culinaire

