

Sommaire

Contexte/méthodologie 6-8

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE 6

MÉTHODOLOGIE..... 8

Image de l'univers de la restauration commerciale par ses acteurs 9-21

LE MÉTIER DE CHEF 9

LE RÔLE DU PATRON 12

LA PERCEPTION DE LA CUISINE FRANÇAISE..... 13

LA PLACE DES PRODUITS/INGRÉDIENTS
DANS LA CUISINE..... 15

L'IMAGE DES FRUITS DANS LA CUISINE.....16

La connaissance des fruits frais : produits, techniques, usages 22-30

PAR LA FORMATION : INITIALE ET CONTINUE.....22-25

Formation initiale des chefs

Formation continue des chefs

Formation du personnel de salle

PAR L'EXPÉRIENCE 26-29

La pratique

Les sources d'information

Les salons et les concours

Les achats 31-41

UNE FORMATION À L'ACHAT INSUFFISANTE	31
LE(S) FOURNISSEUR(S)	32
DES ACHATS DE FRUITS FRAIS ESSENTIELLEMENT.....	35
LES CRITÈRES DE CHOIX DES FRUITS	36
LES FREINS À L'ACHAT DES FRUITS	39

La place des fruits dans le menu 42-58

LES FRUITS EN ENTRÉE	44
LES FRUITS DANS LES PLATS	46
AVEC LE FROMAGE	48
LES FRUITS AU DESSERT	50
LES FREINS À L'USAGE	55
LES ATOUTS DES FRUITS FRAIS	57
D'AUTRES OCCASIONS DE PROPOSER DES FRUITS.....	58

Des pistes de développement 59-62

Conclusion 63

Annexes 64-66

LES FRUITS FRAIS ABSENTS DE LA RESTAURATION RAPIDE	64
LES NOUVELLES TENDANCES CULINAIRES	65
EXEMPLE D'OFFRE DE FRUITS FRAIS SUR LA CARTE DU RESTAURANT	66