

Dans les coulisses d'un traiteur



SOMMAIRE

Édito	2
Rétrospective 2012 - Perspectives 2013	2
Nos fournisseurs de qualité	3
Media Awards 2013 : backstage	4
Découvreur de talents	6
Recette : Mousse sucrée / salée.....	7
« Best Caterer 2013 » / Télévie.....	8



Tom Steffen

édito

La recette du bonheur

Parce que la transparence est dans l'air du temps, **Steffen Traiteur** est heureux de vous ouvrir les coulisses d'un événement festif et glamour comme celui du 15 février à la Rockhal : les **Media Awards**. C'est ainsi que l'on découvre la réalité sensible d'un traiteur, mais aussi la joie communicative à travailler ensemble.

Petit feed-back. Prenez 2012 : une certaine capacité à rebondir à la crise. Nous y étions préparés dès 2008, puisqu'à cette époque, nous avons perdu deux de nos clients. Il a fallu réagir très vite, trouver des solutions. Nous avons su nous adapter au marché en remplaçant par exemple des plats sophistiqués par d'autres, plus porteurs de valeur ajoutée, et exigeants en qualité. **Moins haute couture, plus nature.** Nous sommes pour ainsi dire sur la lancée de notre nouvelle collection gastronomique, plus axée sur des produits non dénaturés et sains.

Ajouter à cela une plus-value humaine. Depuis toujours, nous misons énormément sur notre équipe. Des gens magnifiques nous ont rejoints, car nous nous sommes donné le temps de les chercher. À présent, l'équipe se sent soudée, performante et passionnée. Nous sommes 135 personnes, avec au centre de la société un noyau composé de 12 cadres. Mais voilà : ces douze-là ne fonctionneraient pas sans le soutien des 123 autres, et pas non plus sans une certaine cohérence dans les valeurs qui agissent comme un liant : une cuisine saine et savoureuse, sans artifice, mais aussi une grande proximité avec nos clients, une équipe riche de savoir-faire et surtout l'amour du métier.

Cette 3^e édition des **Tastynews** pour partager avec vous témoignages, créations, fierté et engagement : clients ravis, recette estivale, un prix, un dévouement. **C'est aussi cela, les coulisses d'un traiteur : réunir des éléments de vie.** Avec un zeste de bonne humeur et un soupçon d'humilité, nous obtenons, derrière les paillettes, la recette du bonheur.

Tom Steffen

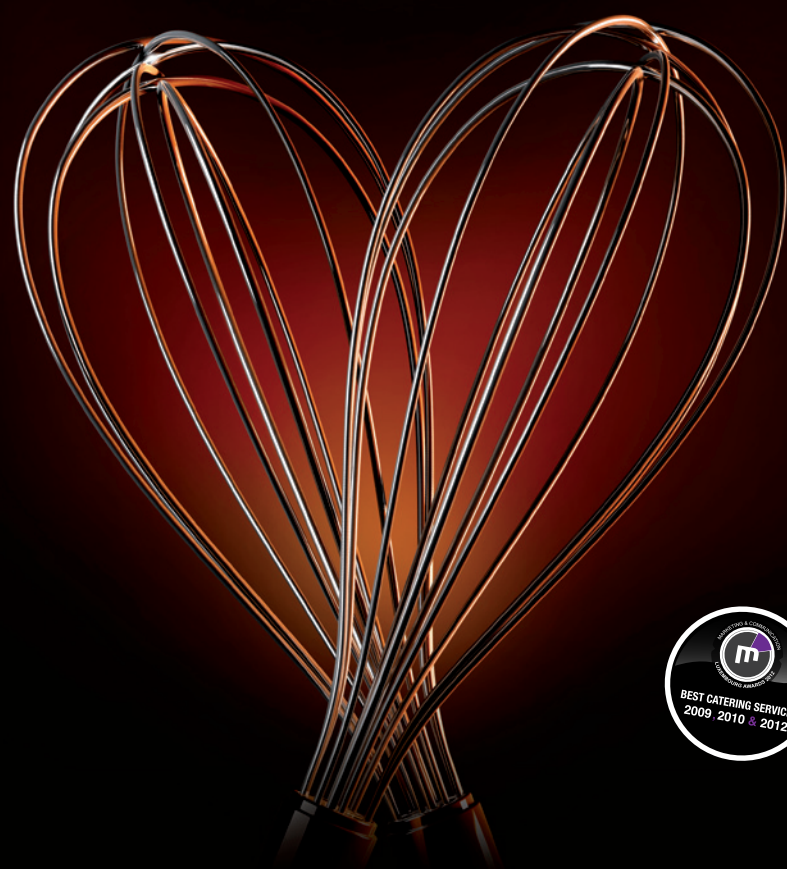
« Célébrer avec savoir, servir avec amour »

humain

Nouvelle campagne 2013

 **steffentraiteur**

Célébrer avec savoir, servir avec amour.



Réception d'entreprise ou mariage privés, banquet de prestige ou cocktail dînatoire.

Réussir l'organisation de votre événement c'est faire confiance à une équipe engagée, dont le savoir-faire est rigoureux et l'expertise minutieuse. Autant dans la préparation de l'événement que dans sa célébration. Mais c'est finalement, le sens du service et l'amour de notre métier, qui sera la meilleure garantie, pour vous, d'atteindre la pleine satisfaction.



8 route d'Arlon L-8410 Steinfort | tel : 399 650 300 | fax : 399 650 605 | traiteur@steffen.lu | www.steffentraiteur.lu

"Steffen Traiteur : le plus surprenant des traiteurs": veut encore vous surprendre. Durant ces dernières années, nous avons pu par notre créativité gagner votre confiance et fait évoluer nos valeurs, notre volonté à toujours mieux vous servir.

C'est parce que nous avons aujourd'hui votre confiance, que toute notre équipe se reconnaît aujourd'hui dans une nouvelle devise, forte de sens, qui sera à l'avenir pour vous gage d'un partenariat sans équivoque.

"Célébrer avec savoir, servir avec amour".

Célébrer avec savoir, c'est profiter d'une expérience unique, acquise durant des années auprès de nos clients, mais c'est aussi améliorer sans cesse notre créativité, nos compétences pour mieux vous servir.

Servir avec amour, c'est aller vers l'autre, connaître ses goûts et les satisfaire, développer son bien-être, s'engager avec passion.

Finalement, nous avons la volonté de bousculer vos habitudes pour que vos événements soient uniques.



interview

La Provençale, un allié garant de qualité

Chez **Steffen Traiteur**, l'amour de la gastronomie ne suffit pas à satisfaire nos papilles... il faut, à la base, savoir où s'approvisionner en produits d'une extrême fraîcheur et en connaître les origines. Au Luxembourg et sa grande région, on trouve la Provençale, de dimension importante. Mais pour **Georges Eischen**, co-directeur, la Provençale n'est pas incontournable.

Elle est simplement, de par sa taille, garante de fraîcheur, de traçabilité et d'un grand sens du service. Georges est un homme non dépourvu d'humilité. La qualité est là, entière, dans les rayons qu'il fait visiter.



Vous êtes depuis décembre 2012 à la tête de la Provençale, dont on connaît bien les camions. Qui êtes-vous exactement ?

Georges Eischen : Depuis 1969, date de sa création, la Provençale a connu une très forte croissance. Aujourd'hui, elle représente environ 120 camions frigorifiques, 850 employés, une surface de 25 000 m², dont un grand parking sur trois niveaux pour nos employés, 25 000 m² d'extension avec un coût de 70 millions d'euros, 35 000 références, 1 400 références de poisson frais, 3 viviers de stockage d'une contenance de 2 000 m³, 2 500 livraisons par jour et 200 millions de CA annuel. Nous fonctionnons 24h/24, 7j/7. **Le secret de notre réussite tient dans le travail et les investissements successifs effectués par nos pères, et maintenant par nous.** Malgré ces chiffres qui peuvent sembler énormes pour des halles nationales, c'est une vraie entreprise familiale où nos pères mettent encore la main à la pâte.

Comment a débuté votre relation avec Steffen Traiteur ? Quelle est-elle aujourd'hui ?

Nous ne nous sommes pas connus formellement ! Frank Steffen venait d'ouvrir son magasin de Cents, en 2008. Il fêtait l'événement avec la profession, autour d'un verre. Il y avait là Claude Graaf de l'abattoir d'Ettelbruck, Roland Thomas, alors directeur de la boucherie Cactus et moi-même. Nous passions un moment agréable. Nous nous trouvions être les derniers à partir. Les dés étaient jetés : nous nous entendions suffisamment bien pour échanger nos GSM. Le numéro est resté. Mais depuis plus d'une vingtaine d'années, je me souviens avoir toujours croisé Frank Steffen dans nos locaux. Nous nous voyons encore régulièrement lors d'événements qui rassemblent la profession. Nous avons toujours autant de respect pour le travail de l'un et de l'autre.

En 1970, la Provençale ouvre le premier magasin en gros de produits de marée fraîche. Steffen Traiteur se fournit principalement en poissons et crustacés...

Steffen Traiteur commande produits de laiterie, épicerie fine, non food... mais il est vrai que nous avons les seuls viviers d'eau de mer du Luxembourg, sinon, il faut se rendre à Paris-Rungis, ou dans les ports de Belgique. Or, en la matière, le temps est facteur de qualité ! Nous achetons du poisson frais six fois par semaine et des crustacés vivants pour nos viviers toutes les semaines. Les produits sont régulièrement analysés par une équipe de cinq personnes,

dont un chimiste, qui fait partie de la société, mais aussi par des laboratoires indépendants. Résultats de nos efforts : **quand le poisson frais arrive chez Steffen Traiteur, il a toujours moins de 24h.**

Quelles valeurs partagez-vous avec Steffen Traiteur ?

Nous avons avant tout en commun une valeur de transparence, car comme toute société familiale, ils travaillent pour la génération suivante et sont par là assignés à une conduite morale faite de droiture. Par ailleurs, la famille Steffen est absolument remarquable dans son investissement personnel, chaque jour à son affaire. Cela constitue un vecteur de sympathie et d'appréciation énorme ! Enfin, l'amour pour le métier est une autre valeur que nous partageons.

Qu'est-ce qui vous distingue de la concurrence ?

Il peut commander des **produits très pointus** comme des fleurs comestibles de présentation, des fromages rares, d'appellation d'AOC très localisée. En ce qui nous concerne, nous avons le sens du service le plus fort du marché. Les premiers camions partent, par exemple, à 2h30 du matin.

Quelle est, pour vous, la définition d'une conception collaborative efficace, soit le juste milieu entre la bienveillance et les intérêts propres ?

Steffen Traiteur est spécialisé dans l'événementiel, privé ou très médiatisé : ils sont, de fait, à la fois aimables et exigeants. Aimables quand le produit frais implique une prestation zéro défaut, aimables quand chaque jour apporte son lot d'aléas (nous les connaissons bien) comme une mauvaise météo, une route embouteillée, des pannes, ou encore, parfois, et c'est humain, une mauvaise communication. **Steffen Traiteur** est aussi exigeant sur la qualité, le service... et ils ont bien raison ! Sinon comment développer le panel des assortiments, celui des solutions, comment s'améliorer tout court ? Et là se niche, au-delà de toute rentabilité, l'intérêt propre. **Steffen Traiteur** s'est énormément développé depuis dix ans : ils sont d'un dynamisme à toute épreuve. C'est profitable à tous.

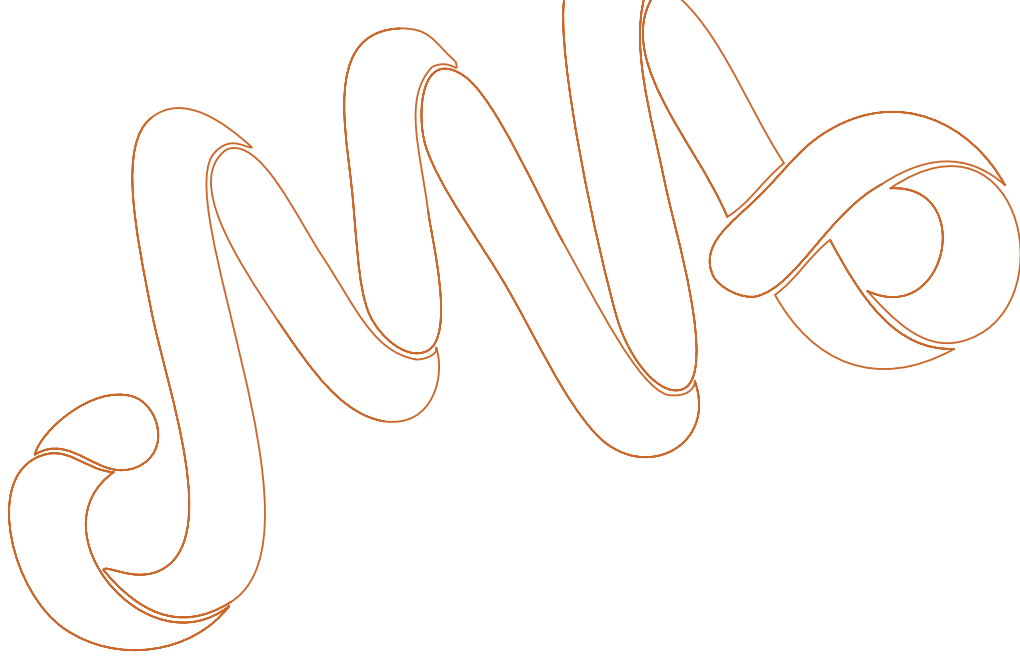
Comment voyez-vous vos avenirs ?

À l'avenir, j'espère que les générations montantes tant chez Steffen Traiteur que chez nous, partageront toujours les mêmes valeurs d'excellence comme c'est le cas aujourd'hui.

« Nous avons toujours autant de respect pour le travail de l'un et de l'autre »



« Tout a été mis en œuvre
pour que l'événement suive
son fil de façon attendue »



Guillaume Cullierrier, Directeur des Opérations

témoignage

Media Awards 2013 : backstage

Pour qu'un spectacle soit réussi, il faut avoir en coulisses de bons acteurs. Une logistique tirée à quatre épingles, une carte alléchante, une éthique irréprochable, saupoudrée de beaucoup de bonne volonté et de bonté. Mais... que se passe-t-il dans les coulisses ? C'est ce que nous explique **Guillaume Cullierrier**, Directeur des Opérations chez **Steffen Traiteur**. Rencontre avec un homme à la fois discret et passionné.



Quels sont les secrets de préparation d'une soirée glamour comme les Medias Awards ?

Guillaume Cullierrier : Sur la place luxembourgeoise, le rendez-vous annuel des médias, de la communication, du marketing et de la publicité est sans conteste celui des Media Awards. Ses convives apprécient autant un « media event » au sens propre du terme **qu'une soirée savoureuse et gourmande après une cérémonie très animée**. Nous nous occupons de ce grand événement pour la cinquième fois et nous en connaissons très bien les rouages, d'autant que la majorité de ces convives le sont également sur d'autres événements le reste de l'année. Tout est exclusif pour les Media Awards, si ce n'est dans son ensemble, au moins dans ses détails. Une dizaine de mois avant le jour J, nous travaillons sur le **concept gastronomique** qui fait la part belle à des valeurs sûres et incontournables, mais aussi sur le déroulement de la soirée en suivant différentes étapes-clés que sont la préparation, le stockage, la mise en place, la structure de la prestation, son rangement - bref, repartir d'une salle vide et en faire un lieu événementiel et gastronomique... Puis, environ un mois avant l'événement, nos projets sont concrètement et techniquement mis en œuvre. Nous implantons alors les différents ateliers culinaires, les stands de dégustation, les espaces bars et autres lounges... **Pour la première fois cette année, les convives disposaient sur chaque place de la cérémonie d'un plan reprenant les implantations des différents buffets et pôles gastronomiques** avec descriptifs... Au final, je pense que le secret d'une bonne préparation est tout simplement un rassurant déroulement zéro défaut où l'imprévu n'a pas droit de cité. Absolument rien n'est laissé au hasard, de la production à la réalisation, chaque étape doit être maîtrisée.

Et que se passe-t-il derrière le rideau le jour J ?

Huit cents personnes sont attendues, sept mille cinq cents pièces de finger food, cinquante mètres linéaires de buffet pour accueillir les animations et autres stands de dégustation, dix mille verres pour trente mètres de bar (d'autres chiffres sont disponibles sur notre page Facebook). **Après l'apéritif d'accueil et la cérémonie proprement dite, nous exécutons**

le scénario prévu et répété avec l'ensemble de notre équipe, tant au service, qu'en cuisine et dans les offices : c'est la face cachée d'une bonne prestation. Il ne reste plus de place aux suppositions, aux tâtonnements. Tout a été mis en œuvre pour que l'événement suive son fil de façon attendue ; en réalité, l'événement n'est là que pour être tenu par la main, et non guidé. L'installation débute le matin à neuf heures pour se terminer à trois heures dans la nuit avec le départ de nos derniers camions. Entre-temps, des centaines de kilomètres auront été parcourus par notre personnel dont par exemple Pierre, notre site manager, qui effectuera ainsi plus de quinze kilomètres dans la journée entre nos offices et la zone d'apéritif...

Mais quels sont les secrets d'une telle prestation ?

Spontanément, je dirai : répondre à la demande du client ! D'un point de vue gastronomique, la tendance vers le « streetfood », cette nourriture de rue nomade qui monte actuellement en gamme, est de plus en plus marquée. **Les clients souhaitent des produits essentiels et simples, faciles à consommer, avec le moins d'artifices possible**. À la soirée des Media Awards, nous proposons des burgers intégralement maison à composer soi-même, des authentiques hot dogs également maison, un éventail de tapas, des minibrochettes à consommer dans leur bouillon de cuisson et une raclette revisitée façon cocktail dinatoire (un franc succès). Tout cela ne serait rien sans renvoyer aux classiques que sont le bar à huîtres, les stations de viandes sélectionnées et découpées devant les clients ou encore une animation autour des cuissons à l'azote, qui exerce toujours autant d'attrait. En note sucrée, nous présentons macarons, mignardises, bouchées tièdes revisitées et barbes-à-papa : des valeurs sûres et incontournables, garantes de succès.

Tout cela est très bien mis en scène...

Que reste-t-il donc encore d'invisible au client ?

En dehors de la préparation que je vous ai déjà évoquée, les Media Awards font se restaurer en parallèle de nombreux intervenants de la « régie » tels que les techniciens, les hôtesse,

les agents de sécurité, mais aussi nos équipiers, soit plus de cent personnes pour lesquelles nous tenons à assurer un service de même niveau de qualité que pour les convives. Pour la bonne et simple raison que **c'est grâce à ces hommes de l'ombre qu'une telle prestation peut atteindre un tel niveau de réussite**. Chez Steffen Traiteur, prendre soin de nos collaborateurs reste une priorité. Et puis, nous avons en amont l'habitude de plus petits comités, puisque nous accordons autant d'importance aux grands événements qu'aux plus intimes et privés, comme les mariages, les communions et toute autre fête privée... à partir de deux personnes.

Que se passe-t-il après le départ des convives ?

Nous sommes particulièrement attentifs aux retours et commentaires des clients auxquels nous devons être aujourd'hui extrêmement réactifs. Une fois l'événement terminé, nous effectuons nos différents débriefings tant en interne (cuisine, logistique, service, matériel) qu'en externe avec notre client et les différents intervenants de la soirée. Il faut noter que **nous sommes toujours très intransigeants envers nous-mêmes** : cela tient sûrement aux valeurs de notre entreprise. Nous portons ainsi des notations sur nos prestations d'un point de vue interne en complément de celles des clients. **Ces réunions de débriefing sont avant tout très riches en informations sur ce qu'il faut refaire ou ne plus faire**. Nous prenons alors des dispositions qui constituent souvent le point de départ de nouvelles idées et de futurs projets, voire de nouveaux défis...

RTL

« Les équipes de Steffen Traiteur apportent toujours une solution à tout imprévu de dernière minute »



Alain Berwick, CEO de RTL au Luxembourg

© RTL / Anje Kirsch

reconnaissance

RTL, découvreur de talents

Steffen Traiteur travaille depuis ses débuts avec la **célèbre maison RTL**, pour les petits et les grands événements. Une vraie relation de reconnaissance s'est créée. **Alain Berwick**, CEO de RTL au Luxembourg depuis 1994, aime travailler avec des personnes de confiance, compétentes, flexibles. Comme **Steffen Traiteur**.

Vous êtes le directeur d'un média mythique, au Luxembourg comme partout en Europe. Vous rappelez-vous pourquoi vous avez fait appel à Steffen Traiteur la première fois ?

Alain Berwick : En 2002, nous étions encore dans une phase de redynamisation de nos programmes, après la libéralisation des marchés de la radio de 1991. Il me paraissait tout aussi important de redynamiser en parallèle les événements internes du groupe, comme nos **Family days**. Le concept de ces derniers tenait en quelques mots, autour d'une thématique originale dont devait tenir compte le traiteur : western, football, croisière... Nous mettions à disposition le jardin attenant à notre site du Kirchberg pouvant accueillir quelques 800 invités. Il paraissait dès lors important de **pouvoir nous appuyer sur un prestataire capable de gérer l'opération de la préparation à la clôture, en conditions d'extérieur et suffisamment flexible pour gérer les atteinants d'un tel événement. Steffen Traiteur** en était à ses débuts, mais ils étaient si motivés que nous leur avons accordé toute notre confiance... pari gagné ! **Nous avons été grandement surpris par leur créativité et leur professionnalisme**. Nous leur avons ensuite confié nos Family days chaque année, sans faillir.

Comment avez-vous poursuivi vos relations avec eux ?

Deux ans plus tard, en 2004, en réels découvreurs de talents, nous avons eu envie de partager Steffen Traiteur pour un événement externe, doté d'une certaine importance et lourd en termes d'image : **La Grande Soirée Électorale**. Elle rassemblait 1 500 personnes, les décideurs politiques du Luxembourg. **C'était un réel défi, car il est connu que ces personnes sont souvent blasées des réceptions répétitives**. Nous avions la volonté ferme de les surprendre avec Steffen Traiteur qui avait déjà toute notre confiance. Il était évident que nous allions leur renouveler notre confiance cinq années plus tard pour une nouvelle Soirée Électorale. Je me rappelle avoir été moi-même étonné par une savante combinaison de cuisine savoureuse et traditionnelle (un « Judd mat Gardebounen » revisité) avec une cuisine futuriste, une cuisson à l'azote liquide. La cuisson à l'azote liquide se présentait comme un concept très novateur à l'époque. Nous étions une nouvelle fois très heureux d'avoir trouvé un prestataire professionnel sachant gérer tant de personnes, tout en assurant une telle qualité de services et de produits. Nous nous sommes régallés.

De plus les équipes de Steffen Traiteur apportent toujours une solution à tout imprévu.

Justement, dans le monde des médias, que peut vous apporter Steffen Traiteur en termes d'image ?

Pour la deuxième édition de la Soirée **Électorale** en 2009, comme pour les cocktails dinatoires haut de gamme que nous proposons lors de nos émissions télévisées, **il est important de pouvoir s'appuyer à 100% sur un traiteur fiable, les yeux fermés**. L'innovation et la créativité que propose Steffen Traiteur se répercutent indubitablement sur notre image. Nos clients, notre public aiment venir. Chaque événement est unique pour Steffen Traiteur et à chaque fois, ils jouent de nouvelles cartes sur table. L'erreur n'a pas le droit d'exister. Tout doit être parfait, comme cela a toujours été le cas jusqu'à présent.

Qu'appréciez-vous en particulier chez Steffen Traiteur par rapport à d'autres maisons, implantées au Luxembourg de plus longue date ?

La réponse tient en peu de mots : nous nous sommes toujours régallés ! En 11 ans, pas une seule fois nous n'avons été déçus, toujours surpris par tant de savoir-faire. L'an dernier, par exemple, la météo avait dérogé à la règle du beau temps pour notre Family days. **Steffen Traiteur** a dû faire face à un véritable déluge, déployant tentes, matériel, personnes avec une incroyable efficacité contre l'humidité ! Peu importe le type de prestation, Steffen traiteur travaille toujours sous la même marque de fabrique, avec le même sourire et le même type de dévouement que ce soit pour nos fêtes champêtres ou nos grandes soirées.

Mousse sucrée/salée aux melons de Cavaillon et galantine de volaille au « Lisanto »

créativité

L'art est dans la recette : la palette de Michel



Michel Rinaudo, Chef Exécutif

Comment est née la recette ?

Michel Rinaudo : Fin 2011, j'ai eu l'occasion, avec d'autres chefs, de créer une recette à base de confiture pour un livre édité par l'association d'Autisme Luxembourg. C'était l'été, je devais faire une recette à partir d'une variété de confiture. Tout est parti de là, j'ai pensé melon, j'ai pensé jambon (c'est un classique revisité), puis couleurs, textures, sculptures. Et bien sûr, saveurs ! Pour la décoration, j'ai voulu utiliser une fleur d'orchidée, des billes de balsamico, de la peau d'aubergine frite. On n'est pas obligé d'avoir tout cela pour réussir la recette, ni même des équipements particuliers comme le bain d'Alginate pour les billes, des empreintes silicone pour le cercle parfait, un four vapeur pour la cuisson sans risque ! Chacun peut décorer comme il veut, utiliser ce qu'il a. Le principal, c'est de partir en voyage d'orange, de noir et de vert.

Des melons de Cavaillon... dans tout art, on est inspiré par les régions et le monde. Est-ce important de voyager pour un chef ?

Voyager est en effet très important quand on cuisine. On prend quelque chose du plat et on repart sur autre chose. C'est ainsi que naissent les idées. Sinon je voyage comme tout le monde, dans le sud de la France, en Bretagne. Le contexte joue beaucoup. La noix de Saint-Jacques n'aura pas le même goût de noisette chez le petit producteur qui vient de la pêcher que sur la table d'un restaurant, où elle sera plus iodée. Le chef essaie de sublimer le produit, mais il ne pourra pas recréer le goût naturel des choses. La qualité et l'origine des produits sont donc très importantes.

Pourriez-vous changer l'intitulé de la recette ?

Spontanément, je pense à « Impression, soleil levant ». Monet. J'aime le recul qu'il faut avoir dans l'impressionnisme, j'aime voir les choses de loin. Une entrée froide, orange, s'y prête bien. Pour l'instant, la recette a un intitulé très long, car j'ai l'habitude de beaucoup détailler les produits qui sont dans l'assiette. Mais la tendance, aujourd'hui, est minimaliste. On ne parle pas de la sauce et des épices qui accompagnent le produit phare, on parle d'un ou deux produits bruts. On va à l'essentiel.

Tout repas comprenant entrée, plat et dessert demande un déroulement cohérent, comme en musique. Que peut-on servir après cette entrée ?

Sur un plat comme celui-là, on évitera de faire ensuite une timbale de brocolis, puis un Bavarois en dessert. Si l'entrée est calorique comme ici, avec de la crème, il faut réajuster avec un dessert léger, comme un carpaccio d'ananas, de très bonne qualité, bien mûr. Pour le plat principal, on ira sur une belle côte à l'os grillée, avec des pommes de terre rottes sautées au romarin, à la fleur de sel, et une petite poêlée de légumes de saison. Le fromage devient anecdotique et son utilisation facultative. Or on doit toujours cuisiner ce qu'on aime. La cuisine est un vrai partage.

Cuisinez-vous cette recette à la maison ?

Oui, je fais parfois de la cuisine gastronomique à la maison et celle-ci je l'ai faite pour mes deux enfants et ma femme. Ils apprécient beaucoup, même si, parfois, les enfants aiment des choses plus simples. Mon fils de 13 ans est particulièrement gourmet et gourmand : il aimerait bien un jour, entrer en cuisine, mais je ne le pousse pas. C'est un métier exigeant qui demande non seulement des qualités créatives, mais aussi des qualités de management. L'envie doit venir de lui. Il doit être passionné.



© Guy Hoffmann

INGRÉDIENTS :

1 melon de Cavaillon ; 1 pot de confiture de melon ; 500g de suprême de poulet jaune ou de volaille fermière ; 200g de filet de poulet avec peau, 1/2 litre de crème ; 100g de jambon Lisanto (jambon cru séché) ; 30g d'olives noires ; 30g de pistaches ; 3 feuilles de gélatine ; 7g de sel et de poivre blanc ; 3cl de vin blanc Riesling si possible.

Pour la galantine :

Tailler les filets de poulet avec la peau et les aplatir, puis les poser sur une feuille de film alimentaire. Étaler une fine couche de farce de volaille, parsemer d'olives hachées et de pistaches, recouvrir de fines tranches de jambon Lisanto. Rouler le tout en boudin, emballer dans une feuille d'aluminium et cuire au four vapeur pendant 45 min à 90°C.

Pour la mousse sucrée-salée :

Peler à vif un melon, en sortir les graines, couper en cubes et mixer la chair avec le vin blanc. Chauffer la purée de melon avec le vin blanc et assaisonner de sel et de poivre, ajouter les feuilles de gélatine ramollies, laisser refroidir et incorporer la crème fouettée. Remplir les moules à moitié, laisser prendre au froid, puis ajouter une empreinte de confiture de melon au milieu et recouvrir avec le reste de la mousse, mettre au froid pendant 4 heures.

dévouement

La soirée Télévie

vue par Guillaume Cullierrier

Pourquoi et comment vous êtes-vous impliqués ?

Guillaume Cullierrier : Nous avons participé à cette soirée avant tout dans le but d'accompagner à notre façon la **lutte contre la leucémie**, et plus généralement **toutes les formes de cancer**.

Nous avons ainsi accompagné Carlo Sauber dans son projet qui était d'assurer une prestation de haute qualité pour 160 convives dans le prestigieux **Cercle Cité de Luxembourg** le 15 mars.

Des chefs luxembourgeois reconnus ont offert leurs services, comme **Peter Körner, René Mathieu, Ernesto Prosperi, David Albert...** et **Jean Claude Riva**, notre chef pâtissier. Nous avons également **mis à disposition l'intégralité du matériel nécessaire** à la réalisation d'un tel événement :

des couverts aux verres, en passant par le nappage et les fours professionnels. Un support logistique complet et digne d'un restaurant gastronomique. **Télévie** a été une prestation livrée à des invités chanceux, qui ont bénéficié d'un menu digne d'une **soirée étoilée** !

Quel menu a régalé les participants ?

En apéritif, un éventail de bouchées originales de David Albert, des mises en bouche de poissons et crustacés déclinés par René Mathieu, suivies d'une tourte à la caille et au foie gras par Peter, d'un bœuf confit de Ernesto Prosperi, pour terminer sur un dessert créé pour l'occasion par notre chef pâtissier Jean-Claude, à base des premières rhubarbes et de vanille, dans des couleurs rose-gris-argent, très glamour.

Êtes-vous des habitués des actions de générosité ?

Chez **Steffen Traiteur** et le **groupe Steffen** en général, nous sommes depuis de nombreuses années soucieux de notre responsabilité sociétale... De ce fait, outre une responsabilité environnementale, d'un point de vue social, nous entretenons à notre échelle des liens rapprochés avec la **Croix-Rouge**, l'**UNICEF**, l'**ALAN** asbl (Association Luxembourgeoise pour les personnes Atteintes de maladies Neuromusculaires), la **Fondation Kribskrank Kanner** et **Een Härz fir Kribskrank Kanner**, mais aussi pour la **fondation Lëtzebuerger Kannerduerf**. Nous sommes beaucoup sollicités, mais ne pouvons pas répondre à toutes les demandes. Les choix sont essentiellement historiques.



dévouement

Prix Best Caterer

Steffen Traiteur est élu « BEST CATERER 2012 »
par les Marketing & Communication Awards pour la troisième fois !

Prix 2009, 2010, et maintenant en 2012, Steffen Traiteur est ainsi reconnu pour le maintien de sa qualité.

C'est le résultat d'une perpétuelle amélioration en termes de gastronomie (R&D, sélection des meilleurs produits et fournisseurs) de matériel et d'infrastructures (matériel "up to date" et investissements constants en matériel pour les collaborateurs et clients de Steffen Traiteur), de services

(équipes professionnelles et motivées, management participatif...) et donc des prestations de haut vol garantissant des événements sur mesure.

Cet investissement perpétuel dans la qualité explique ainsi plus de 1 000 prestations annuelles pour quelques 100 000 clients servis.



steffentraiteur

célébrer avec savoir, servir avec amour

[facebook.com/Steffentraiteur](https://www.facebook.com/Steffentraiteur)

