SOMMAIRE



04 NEWS
07 AGENDA
08 TENDANCES
La fermentation, l'atout vivant des chefs
Les algues, or vert de la cuisine contemporaine
12 UNE CHEFFE À LA UNE
La Méditerranée en héritage
18 REPORTAGE
Ketchup : un condiment qui passe à table
22 MARQUES METRO
Fruits & légumes METRO Chef : l'exigence au service des chefs
25 SHOPPING
Il était une noix...
26 DUEL DE CHEFS
La canette par Rudy Villien et David Lachavannes
30 AU CŒUR DE NOS RÉGIONS
Jura et Franche-Comté : à l'est, l'Éden
35 SHOPPING
Des vins bien nez
36 MANAGEMENT & BUSINESS
Un guide pour dynamiser les ventes
38 CONCEPT
Ventrus, une démarche locale tournée vers l'avenir
40 FOCUS
Pour ou contre les plats à partager ?
44 TOUR DE FRANCE DES VINS
Bordeaux : entre puissance, finesse & légende
46 TOUR DE FRANCE DES GINS
Quand les terroirs français distillent leur créativité
48 METRO SERVICES PREMIERS
METRO, la livraison
49 SHOPPING
Proprement incroyable
50 PRODUIT STAR
Le riz
54 RSE
La restauration passe au vert avec METRO
55 LA GAZETTE DE FERNIOT
60 PARTENARIAT
METRO : un engagement concret aux côtés de *Tout le Monde Contre le Cancer*
64 VU SUR LE WEB
METRO en ligne
Quoi de neuf sur les réseaux ?
66 DANS LE RÉTRO
Le soufflé
68 L'USTENSILE
La pince de précision pour le dressage
70 QUIZ
Testez votre culture culinaire

Je n'ai pas grandi dans une famille de restaurateurs. Mais j'ai grandi entourée de produits bruts, de gens passionnés par leur terre, leur potager, leurs abeilles. Et c'est peut-être pour ça que, très tôt, j'ai su reconnaître ceux qui partagent la même exigence, la même sincérité.

C'est un ami de mon père, un jour, qui m'a parlé d'école hôtelière. Un jeune chef, pendant un stage, qui m'a transmis sa passion. Un mentor, plus tard, qui m'a montré qu'on pouvait tout construire soi-même, sans compromis. Et chaque étape de mon parcours s'est dessinée grâce à une rencontre, un geste tendu, une parole partagée.

La cuisine, c'est un métier d'équipe. On n'avance jamais seul. Il suffit parfois de tomber sur la bonne personne au bon moment. D'oser demander, d'oser transmettre. Top Chef a été une de ces grandes familles inattendues. Et aujourd'hui, avec mes équipes, mes producteurs et mes partenaires, je continue à croire que les belles choses naissent toujours à plusieurs.

L'entraide, ce n'est pas un supplément d'âme. C'est le cœur de notre métier.

Coline Faulquier

Cheffe et propriétaire du restaurant *Auffo*



DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Frédéric Bourcy **RÉDACTRICE EN CHEF :** Irène Elbaz **COORDINATION MAGAZINE :** Stéphanie Guillaumot **PHOTOGRAPHES :** Franck Hamel, Alain Moneger, Anne-Claire Héraud, Zigwapics, Valeria Quinci, Vincent Nageotte, Clockwise, Studio Collet, Adobe Stock, Shutterstock **RÉDACTION :** Le Nouveau Bélier **CONCEPT ET RÉALISATION :** Le Nouveau Bélier **ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO :** Najate Elabad, Christelle de Blesson et Sébastien Lacresse. RCS Nanterre 399 315 613 METRO France, SAS au capital de 45.750.000 euros - PROMO S/T 2025 - **IMPRIMÉ EN U.E**



KIDS FRIENDLY

La tendance "*kids friendly*" s'impose comme un phénomène majeur de la restauration contemporaine. Les établissements ne se contentent plus de proposer un simple menu enfant : ils repensent l'ensemble de l'expérience pour séduire les familles. Cette approche favorise la fidélisation de la clientèle, et représente un véritable levier de rentabilité, grâce à des repas plus longs et conviviaux. En 2025, brunchs familiaux avec ateliers, coins ludiques et menus adaptés deviennent la norme dans les grandes villes !



Bouquet de saveurs

Comme souvent à l'origine des tendances qui font le buzz, les réseaux sociaux ont joué un rôle clé dans la popularisation des fleurs comestibles. Elles transforment chaque plat en œuvre d'art, et les collaborations entre fleuristes et chefs se multiplient. Parmi les plus appréciées : la capucine, la bourrache, le bégonia et la rose, chacune apportant des saveurs et des couleurs distinctes aux assiettes. Pour des créations raffinées et inventives qui séduisent un large public !



Made in Albanie

La cuisine albanaise connaît actuellement un véritable engouement en France, portée par l'attrait croissant pour les saveurs authentiques et dépaysantes. Cette gastronomie séduit par son mélange unique d'influences méditerranéennes et balkaniques, offrant des plats généreux, simples et savoureux, comme le byrek (feuilleté farci), le tavë kosi (agneau au yaourt) ou le fergesë (ragoût de poivrons et fromage). Entre retour à l'essentiel et cuisine de partage !

80

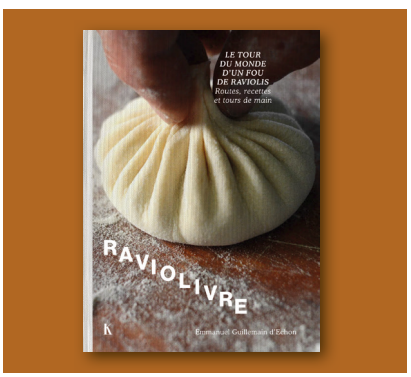
C'est, en milliards d'euros, le marché de la restauration en France en 2025.

Source : modeledebusinessplan.com

> **“ Au départ d'une recette, je suis devant une feuille blanche et je bûche ! ”**

HÉLÈNE DARROZE

Source : France Inter



Raviolivre

À la fois guide gastronomique, carnet de voyage et hommage aux liens humains, *Raviolivre* nous invite à la découverte des raviolis sous toutes leurs formes. L'auteur parcourt le monde – de la Chine à la Géorgie, de l'Italie au Québec – pour explorer la diversité des pâtes farcies : blé, riz, sarrasin ou igname, garnies de viande, fromage, fruits ou noix de coco. Il recueille les recettes et les gestes traditionnels auprès des familles, en particulier des grands-mères, véritables gardiennes de ce savoir-faire.

Raviolivre d'Emmanuel Guillemain d'Echon
Éditions Kéribus

Chateldon,
L'eau de toutes les grandes tables




#local
Ici, commence
LE FAIT MAISON
Fabien Vassout
Fournisseur des halles METRO
depuis 2010
Pommes - Gambais
les halles METRO
METRO.fr

OCTOBRE

VÉGÉ **LA GRANDE SEMAINE VÉGÉTALE**
Quoi : En partenariat avec METRO, La Grande Semaine Végétale propose une programmation festive et engagée, soutenue par un réseau d'acteurs du changement pour faire découvrir les saveurs et les bienfaits d'une alimentation végétale, accessible et durable.
Quand : du 26 septembre au 4 octobre
Où : partout en France



PARIGOT **FÊTE DES VENDANGES DE MONTMARTRE**
Quoi : Pour sa 92e édition, la Fête des vendanges de Montmartre rime avec créativité, curiosité et audace ! Un programme riche et festif, qui accueillera le food truck de l'association Tout le Monde contre le Cancer, partenaire de METRO, et son emblématique aligot-saucisse !
Quand : du 8 au 12 octobre
Où : quartier de Montmartre, Paris



COLLECTIF **LE GRAND REPAS**
Quoi : Une fois par an, l'association fédère les acteurs de la restauration collective et traditionnelle et propose de partager un même menu, élaboré et conçu par une marraine ou un parrain chef local, à partir de produits locaux et de saison.
Quand : 9 octobre
Où : un peu partout en France

HIVERNAL **TOQUICIMES**
Quoi : Authenticité et innovation se rencontrent pour offrir une expérience gourmande unique. La 8e édition de Toquicimes promet un vent de fraîcheur, où le terroir se réinvente et où la passion des chefs façonne la cuisine de demain.
Quand : du 17 au 19 octobre
Où : Megève



EXCELLENCE **FINALE DU BOCUSE D'OR**
Quoi : Vitrine de la gastronomie et des étoiles montantes de demain, la finale France du concours gastronomique le plus prestigieux au monde verra 6 candidats s'affronter pendant une journée d'épreuves sous l'œil expert des chefs Paul Marcon et Christopher Coutanceau !
Quand : le 21 octobre
Où : Maison de la Mutualité, Paris

INCONTOURNABLE **SALON DU CHOCOLAT**
Quoi : Cette année, le salon emblématique célèbre ses 30 ans ! Ce rendez-vous incontournable à Paris fait le bonheur des visiteurs grâce à ses dégustations, ateliers et démonstrations en live.
Quand : du 29 octobre au 2 novembre
Où : Parc des Expos, Porte de Versailles, Paris

NOVEMBRE

ÉVÉNEMENT **FOIRE GASTRONOMIQUE DE DIJON**
Quoi : Dijon Bourgogne Events propose cette année encore une Foire ambitieuse, alliant tradition et modernité, mais aussi attentive aux attentes des consommateurs éco-responsables d'aujourd'hui !
Quand : du 1er au 11 novembre
Où : Parc des Expositions, Dijon

SALON **EXP'HÔTEL BORDEAUX**
Quoi : Vitrine de savoir-faire, d'innovations, de nouvelles technologies, Exp'Hôtel réunit pendant 3 jours tous les acteurs des filières de l'hôtellerie, de la restauration et des métiers de bouche, avec 370 exposants, 140 chefs étoilés & MOF et 19 000 professionnels.
Quand : du 23 au 25 novembre
Où : Parc des Expositions, Bordeaux

DÉCEMBRE

CONVIVIAL **SALON SAVEURS DES PLAISIRS GOURMANDS**
Quoi : Marché de référence des amoureux de la gastronomie avec ses 250 exposants, experts des produits du terroir et d'épicerie fine de France et d'ailleurs, le salon Saveurs des Plaisirs Gourmands offre une large palette de produits exceptionnels.
Quand : du 5 au 8 décembre
Où : Espace Champerret, Paris

GOURMAND **GASTRONO'MIAM**
Quoi : Le salon des vins, des Produits du terroir et des arts de la table fête sa 27e édition ! Bourgogne, Bordeaux, Val de Loire, Alsace, Champagne, vins du priorat espagnol, vins hongrois, le salon propose un véritable tour du monde des vignobles !
Quand : les 6 et 7 décembre
Où : Office de tourisme communautaire Gérardmer Hautes Vosges

Les Bouffons de la Cuisine

PARTENARIAT **LES BOUFFONS DE LA CUISINE**
De novembre à janvier, l'association *Les Bouffons de la Cuisine*, fondée par le chef Michel Trama et en partenariat avec METRO, organise des repas solidaires pour permettre aux plus démunis de partager un menu de fêtes concocté par des chefs. Un moment de rencontre et de joie ! Retrouvez plus d'informations sur **lesbouffonsdelacuisine.fr**



La fermentation, l'atout vivant des chefs.

Technique millénaire remise au goût du jour, la fermentation s'impose comme la tendance phare de la gastronomie contemporaine. Entre explosion de saveurs, bienfaits nutritionnels et créativité sans limite, les chefs réinventent cet art ancestral pour sublimer leurs assiettes.



Un savoir-faire universel

C'est l'un des plus anciens procédés de conservation des aliments, la fermentation est pratiquée depuis des millénaires sous toutes les latitudes ! Fromages, pains au levain, vins, yaourts, choucroute ou encore miso et kimchi, chaque culture a su tirer parti de cette transformation orchestrée par bactéries et levures pour enrichir la palette gustative de ses mets. Transmis de génération en génération, ce procédé témoigne d'une ingéniosité humaine fascinante. Aujourd'hui, ce savoir-faire revient sur le devant de la scène, porté par la volonté de renouer avec des pratiques authentiques et respectueuses de la nature, tout en répondant à la demande croissante de produits artisanaux faits maison.



Saveurs inédites

Les chefs d'aujourd'hui ne se contentent plus des classiques, mais explorent de nouveaux horizons en fermentant fruits, légumes oubliés, algues ou condiments. Pickles de fruits, kombucha aux épices, beurres végétaux fermentés et sauces revisitées s'invitent sur les cartes, apportant complexité, profondeur et umami à chaque bouchée. Les associations audacieuses – kimchi de navet rose et poisson cru, miso de pois chiche, ou kéfir d'eau aux agrumes en cocktail – témoignent de la créativité débridée dans la cuisine contemporaine. La fermentation devient ainsi un véritable outil de différenciation et d'expression personnelle pour les chefs. Cette approche révèle des arômes insoupçonnés, et offre une expérience sensorielle renouvelée à une clientèle curieuse et exigeante, toujours en quête de découvertes.

Désir d'authenticité

Si la fermentation séduit autant, c'est aussi pour ses vertus sur la santé. Elle enrichit les aliments en vitamines, améliore la biodisponibilité des nutriments et favorise la digestion grâce à la présence de probiotiques naturels. En prolongeant la conservation sans additifs, elle s'inscrit dans une démarche durable et antigaspillage, en phase avec les attentes éthiques et écologiques des consommateurs d'aujourd'hui. Cette technique ancestrale répond parfaitement aux enjeux actuels de durabilité et de transparence. Ateliers, menus dédiés et produits maison fleurissent dans les établissements, preuve que la fermentation n'est pas une simple mode, mais bien un pilier de la cuisine de demain. L'alliance du plaisir, et de l'authenticité, pour une clientèle à la recherche de sens… et de goût.



Les algues, or vert de la cuisine contemporaine

Longtemps cantonnées aux rivages et à la cuisine asiatique, les algues s'imposent aujourd'hui comme un ingrédient phare de la gastronomie. Elles séduisent les adeptes d'une alimentation saine et durable, en plein dans les tendances culinaires actuelles.





Les origines

L'utilisation des algues en cuisine remonte à plusieurs millénaires. En Asie, particulièrement au Japon, en Corée et en Chine, elles occupent une place centrale dans l'alimentation depuis l'Antiquité, utilisées aussi bien dans les soupes, les salades que les condiments. Sur les côtes européennes, notamment en Bretagne et en Irlande, certaines variétés comme la dulse, la laitue de mer ou le kombu étaient déjà consommées par les populations locales, principalement pour leurs vertus nutritionnelles et médicinales. Cependant, leur usage est longtemps resté marginal, souvent limité à des périodes de disette ou à des usages agricoles.



L'essor d'une tendance

Ce n'est qu'à partir des années 1980 que les algues commencent à gagner en popularité en Europe. L'ouverture culturelle, l'engouement pour la cuisine japonaise et l'arrivée du sushi sur les tables occidentales contribuent alors à démocratiser leur consommation. La France joue un rôle précurseur, notamment grâce à la Bretagne, qui valorise ses ressources marines et encourage la production locale d'algues alimentaires. Progressivement, les chefs s'emparent de cet ingrédient, explorant ses multiples possibilités gustatives et ses textures uniques. Aujourd'hui, les algues ne se limitent plus à la cuisine asiatique, mais s'invitent dans des créations gastronomiques innovantes !

Modernité, écologie et innovation

Respectueuse de l'environnement, la production d'algues ne nécessite ni engrais ni pesticides, ce qui en fait un allié de choix pour une cuisine responsable ! La tendance séduit particulièrement les adeptes de la vague vegan et healthy. Beurre blanc aux algues bretonnes, vinaigrette iodée, bouillon dashi ail et gingembre, les algues apportent salinité et complexité aux préparations les plus simples. Utilisée en condiment, l'algue wakamé permet notamment de diminuer la consommation de sel et fait des merveilles avec les rillettes de poisson. Une fois réhydraté, le kombu royal sublime les lentilles ou les haricots secs, quant à la saveur douce de la dulse, elle relève subtilement un gaspacho de tomate. Les algues apportent une note iodée, une touche umami et une couleur vibrante qui dynamisent les assiettes. À la croisée de la tradition et de l'innovation, les algues s'imposent comme un ingrédient d'avenir, inspirant une cuisine créative, saine et engagée. L'engouement actuel pour les algues s'inscrit dans une dynamique de recherche de naturalité, de santé et de durabilité. Véritables superaliments, elles sont riches en protéines, fibres, minéraux et antioxydants. Leur succès illustre la capacité du monde culinaire à se réinventer pour répondre aux attentes d'une clientèle exigeante… en quête de nouvelles saveurs !



Coline Faulquier

LA MÉDITERRANÉE EN HÉRITAGE

De la Bourgogne à Marseille, Coline Faulquier a bâti une cuisine d'auteur, ancrée dans le respect du produit et la transmission. Fidèle à ses valeurs, la cheffe étoilée incarne une nouvelle génération de restauratrices engagées et ouvre, avec Auffo, une nouvelle page de sa cuisine. Portrait.



JE VEUX QUE CETTE ADRESSE RETROUVE SA RÉPUTATION ET REDEVIENNE UN EMBLÈME DE LA VILLE.







Le sens du produit

C'est dans un corps de ferme en Bourgogne, où ses parents tiennent une table d'hôtes, un environnement où la nature rythme la vie quotidienne que grandit Coline Faulquier. C'est grâce à sa mère, excellente cuisinière qui aime recevoir et faire plaisir, qu'elle prend le goût des grandes tablées animées et de la convivialité, et à son père, passionné par sa Bourgogne et l'amour de la terre, qu'elle acquiert très tôt une exigence qui ne la quittera plus, et ce qu'elle appelle aujourd'hui humblement "*le sens du produit*". Ses parents cultivent un potager, élèvent quelques animaux et partagent leur terre avec des amis apiculteurs (dont les ruches fournissent aujourd'hui le miel utilisé dans ses restaurants !). Des souvenirs d'enfance peuplés de scènes de vie authentiques : la préparation du cochon de Pierrot, les lapins et agneaux élevés à la maison, les légumes fraîchement cueillis… Coline Faulquier se souvient aussi des vacances passées à Royan, en Charente-Maritime, avec ses grands-parents. Passionné de la mer, son grand-père, grand navigateur tout comme sa sœur aujourd'hui, lui fait découvrir l'amour du large, quant à sa grand-mère, elle l'emmenait le matin au marché au poisson, ajoutant la dimension maritime à son univers gustatif. La qualité des produits devient son repère. "*J'ai été très influencée par l'amour du bon*", résume la cheffe avec esprit.

Le goût de l'indépendance

C'est presque par hasard que Coline Faulquier découvre sa voie. Un ami de son père, élève en école hôtelière, lui révèle l'existence de ces formations. Une école hôtelière à Avignon, puis un pré-stage chez le jeune chef Christophe Bonzi confirment sa passion. Le chef lui transmet l'envie d'apprendre, la laissant s'essayer à de nombreuses tâches. "*Si j'étais tombée sur un chef tyrannique, je n'aurais peut-être pas accroché*", reconnaît-elle, consciente de la chance d'avoir rencontré un mentor bienveillant.

Coline Faulquier poursuit sa formation à Montpellier, puis à Paris, multipliant les expériences auprès de chefs renommés comme Charles Fontès à La Réserve Rimbaud et Jean-Louis Nomicos au restaurant Lasserre. Mais c'est en Alsace, chez Olivier Nasti, qu'elle découvre le goût de l'entrepreneuriat et de l'indépendance. Le chef lui montre qu'on peut bâtir son propre univers, "*quand on est à son compte, on fait attention à son équipe, à ses produits, on évite les pertes !*". Cette approche humaine et artisanale du métier la marque profondément. Son expérience avec Éric Fréchon au Bristol, prestigieuse mais à plus grande échelle, renforce son envie de créer une aventure à taille humaine. ▸



Le grand saut

Sa participation à Top Chef lui offre un véritable tremplin : "*Ça m'a ouvert des portes, ça m'a fait gagner cinq ou six ans de carrière en visibilité et en légitimité.*" L'ouverture de *La Pergola*, dans les quartiers nord de Marseille, marque le premier grand saut de Coline Faulquier dans l'entrepreneuriat. *La Pergola* est rapidement référencée dans le Gault & Millau. Pour la jeune cheffe, c'est le début de la reconnaissance professionnelle. Le soutien du chef Michel Sarran l'encourage à ouvrir ensuite *Signature*, une table gastronomique à Marseille. La créativité de Coline Faulquier, ses assiettes aussi précises que raffinées lui permettent, dès 2021, de décrocher sa première étoile Michelin.

Coline Faulquier reprend ensuite *l'Épuisette*, un établissement réputé du vallon des Auffes, petit port de pêche emblématique de Marseille, qu'elle renomme *Auffo*. Ce lieu chargé d'histoire devient le terrain d'expression d'une cuisine méditerranéenne vivante et inventive, en lien direct avec les pêcheurs du vallon et les maraîchers de la région. C'est une nouvelle page qui s'ouvre.



La mer et le végétal

"*Aujourd'hui, ma cuisine est avant tout une cuisine de produit !*", confie Coline Faulquier. Chez *Auffo*, la cuisine de la cheffe se distingue par sa simplicité, sa technicité et son attachement profond au terroir méditerranéen. Saint-Pierre meunière, rascasse pochée, vieille grillée, rouget laqué, crevette rose, asperge de Provence, herbes aromatiques, mais aussi criste-marine, une plante qui pousse sur les rochers du vallon des Auffes, elle fait la part belle aux produits de la mer et au végétal. Coline Faulquier joue sur les textures et les températures, et aime surprendre sans jamais trahir l'essence de l'ingrédient. Son plat signature, l'aïoli, y est revisité au fil des saisons et la carte, volontairement courte, n'offre qu'un seul plat de viande.

"METRO M'A TOUJOURS BEAUCOUP SOUTENUE. ILS ONT ÉTÉ LÀ DÈS LE DÉBUT, DANS LES PÉRIODES DIFFICILES."



L'approvisionnement local est une priorité pour la cheffe, qui veille à s'entourer de partenaires de confiance. Parmi eux, METRO occupe une place particulière. "*METRO m'a toujours beaucoup soutenue. Ils ont été là dès le début, dans les périodes difficiles.*", explique Coline Faulquier. Un partenariat basé sur la confiance et la proximité, qui s'est renforcé au fil des années. La cheffe apprécie la capacité de l'entreprise à proposer des produits locaux, à travailler avec des petits producteurs et à soutenir les chefs dans leurs exigences.



Crevettes roses, sauvages, & betterave



Ce plat d'apparence minimaliste déploie une grande complexité technique et sensorielle : Coline Faulquier y marie la finesse d'un carpaccio de crevettes ultra-fines à la vivacité des betteraves en textures, ponctuées d'amandes torréfiées et relevées par un jus de têtes intensément réduit.

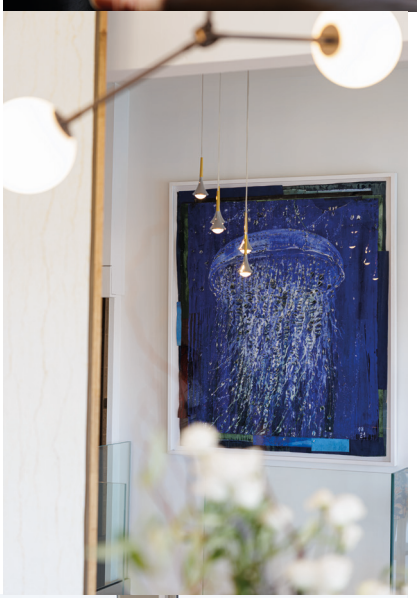
Scannez ou retrouvez la recette sur METRO.fr

Une relation à la fois humaine et professionnelle, qui lui permet de garantir la qualité et la fraîcheur de ses assiettes… tout en restant fidèle à ses valeurs. Au-delà de l'approvisionnement, elle salue l'engagement de METRO auprès des restaurateurs et leur volonté de mettre en avant le travail des chefs. Un soutien constant qui lui permet de se concentrer sur l'essentiel.

Avec le cœur

"*Ma cuisine est très provençale, je vis au pied de la Méditerranée. J'ai besoin de la mer, de cet horizon. Mon mari est marseillais, mes enfants aussi… Toute ma vie est ici !*" Un attachement à la région qui se ressent dans chacun de ses plats, où la Méditerranée s'invite aussi bien dans les produits que dans l'esprit de convivialité et de partage. Coline Faulquier souhaite avant tout préserver l'âme de son établissement et transmettre à son équipe le goût du travail bien fait. "*L'objectif, c'est que l'équipe se sente bien, que les clients soient heureux, et de faire perdurer ce lieu mythique. Je veux que cette adresse retrouve sa réputation et redevienne un emblème de la ville.*" Transmission, fidélité aux produits, recherche constante de qualité : autant de valeurs qui irriguent le parcours et la cuisine de la cheffe.







"MA CUISINE EST TRÈS PROVENÇALE (…) TOUTE MA VIE EST ICI !"

Coline Faulquier incarne une génération de cheffes qui réinventent la gastronomie française, en conjuguant excellence, proximité et engagement. "*On ne sauve pas des vies, mais on fait à manger avec le cœur, pour partager et transmettre.*" Cette philosophie, héritée de son histoire familiale et de ses rencontres, guide chaque service, chaque assiette, chaque geste en cuisine. Pour la cheffe, la table reste un lieu de partage, d'émotion et de transmission… où l'on célèbre autant la nature que l'humain. ■



Envie d'en savoir plus ?

Découvrez le parcours de la cheffe dans son podcast *Toque Toque* **disponible à partir du 25 septembre.**

Scannez pour écouter le podcast *Toque Toque*.

LES RECETTES DE LA CHEFFE

Pomme confite, caramel de foin,



Sous des airs de douceur rustique, cette composition révèle une précision rare : jeu de températures et de textures autour de la pomme, sublimée par un caramel infusé au foin, une crème montée au thym et une meringue d'une légèreté maîtrisée.

Scannez ou retrouvez la recette sur METRO.fr

Ketchup : un condiment qui passe à table

Longtemps symbole d'une cuisine standardisée, le ketchup s'affirme désormais comme un condiment à part entière, capable d'élever un plat et d'ouvrir le champ des possibles en cuisine.



Rouge vif, suave et acidulé, le ketchup n'en finit pas de diviser. Souvent relégué aux frites et aux hot-dogs, il connaît aujourd'hui une véritable renaissance, porté par des artisans et des chefs étoilés qui en revisitent la recette pour séduire les gourmets.

Une histoire qui remonte loin

Contrairement à l'image d'Épinal qui le relie uniquement à l'Amérique, le ketchup est né en Asie. À l'origine, le « *kê-tsiap* » était une sauce de poisson fermenté consommée en Chine et en Malaisie au XVIIe siècle. Les marins britanniques en rapportèrent l'idée en Europe, où la recette évolua progressivement jusqu'à devenir cette sauce à base de tomates sucrée et vinaigrée que l'on connaît aujourd'hui. Au XIXe siècle, les tomates remplacent définitivement le poisson et les champignons, puis le ketchup se popularise aux États-Unis, devenant l'emblème d'une cuisine rapide et accessible.

Mais derrière cette image populaire, le ketchup cache une grande richesse aromatique. Son équilibre entre le sucre, l'acidité et l'umami en fait un assaisonnement unique, souvent mal compris. Quand il est bien travaillé, il révèle une profondeur inattendue et une belle longueur en bouche. ▸



Quand les chefs s'en emparent

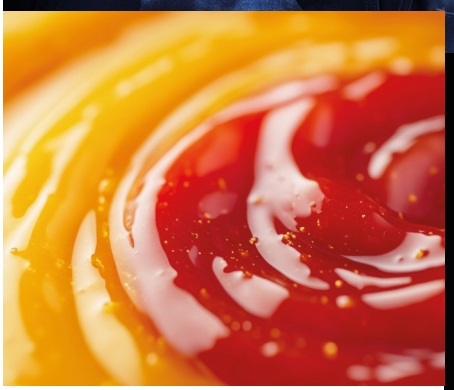
Aujourd'hui, certains chefs et artisans réinventent le ketchup comme un véritable condiment gastronomique. Ils jouent sur les variétés de tomates, intègrent des épices plus subtiles, réduisent le sucre et choisissent des vinaigres de qualité. On y trouve parfois du piment doux, des touches de fumé, voire des fruits de saison. Le résultat : un produit plus équilibré, moins sucré, plus complexe, qui sublime viandes grillées, poissons ou même légumes rôtis.

On voit aussi apparaître une étonnante diversité de recettes et de couleurs : ketchup vert à base de tomates immatures, jaune avec des variétés anciennes ou même violet grâce à certaines betteraves. Ces versions alternatives séduisent par leur esthétique et leur goût, apportant une touche ludique et créative à l'assiette. De plus en plus de cuisiniers les intègrent comme des sauces signatures, associant visuel fort et profil aromatique singulier.

En cuisine, le ketchup artisanal se glisse dans des marinades, accompagne un tartare de bœuf ou vient relever une sauce barbecue maison. Certains chefs l'utilisent aussi pour napper un céleri rôti ou donner du relief à une volaille fermière. Il apporte une touche acidulée et une rondeur qui s'accordent parfaitement avec des saveurs fumées ou des produits iodés.







Une nouvelle image à cultiver

Cette montée en gamme s'inscrit dans une tendance plus large : celle de revisiter les grands classiques du placard pour en faire des produits d'exception. À l'instar de la moutarde ou du vinaigre, le ketchup retrouve une noblesse et séduit les restaurateurs comme les particuliers en quête de goût et de transparence. Sa fabrication exige une sélection rigoureuse des tomates, cueillies à maturité, souvent issues de cultures locales. Les recettes misent sur des cuissons lentes et des assaisonnements précis, loin des procédés industriels standardisés. Le ketchup redevient ainsi un produit saisonnier, vivant, qui raconte une histoire de terroir et de savoir-faire. Un retour à l'essentiel qui fait écho à une demande croissante pour des produits authentiques, moins sucrés et plus respectueux de l'ingrédient d'origine. En redonnant ses lettres de noblesse à ce condiment souvent décrié, des artisans passionnés rappellent qu'en cuisine, tout peut devenir un terrain de créativité. Le ketchup n'est plus seulement un « *petit plus* » sur le bord de l'assiette : il s'invite à la table des plus grands. ■



Scannez ou retrouvez nos producteurs locaux sur METRO-local.fr

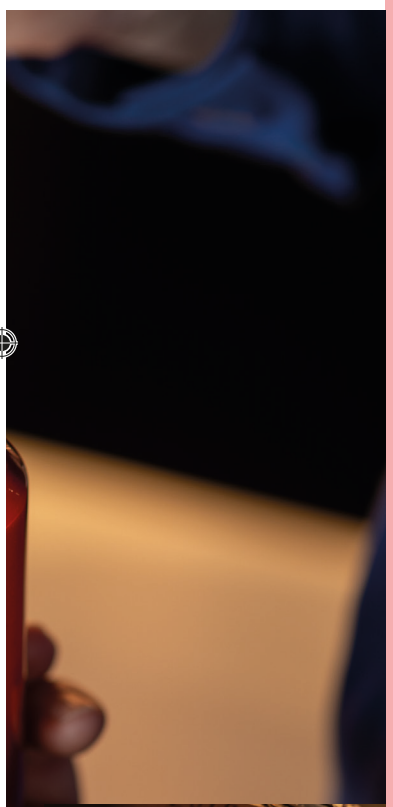


RENCONTRE AVEC

Paul-Olivier Claudepierre

VINAIGRIER ET FABRICANT DE KETCHUP À ORLÉANS

Avec plus de deux siècles d'histoire, Martin-Pouret est la dernière maison vinaigrière à Orléans. En relançant la production de moutarde et en créant un ketchup artisanal, la marque perpétue un savoir-faire local tout en innovant. Rencontre avec Paul-Olivier Claudepierre, directeur général.



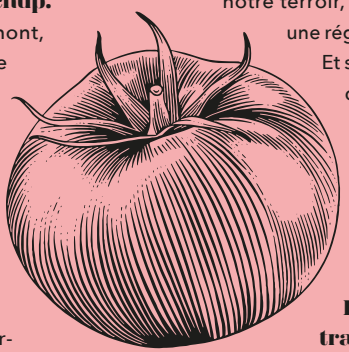


Depuis quand existe Martin-Pouret ?

Martin-Pouret est une très vieille maison ! Elle a été fondée en 1797 à Orléans par la famille Pouret, qui était à l'origine vigneronne et tonnelière. Après la Révolution, ils ont décidé de se lancer dans la fabrication de vinaigre. Aujourd'hui, près de 230 ans plus tard, nous perpétuons ce savoir-faire tout en développant de nouveaux produits.

Parlez-nous du processus de fabrication de votre ketchup.

Tout commence bien en amont, avec la fabrication de notre vinaigre. Nous utilisons la méthode orléanaise, qui consiste à sélectionner de bons vins, à les faire fermenter en fûts de chêne pendant trois semaines, puis à les laisser maturer pendant au moins un an. Pour le ketchup, nous partons sur une recette simple : des tomates françaises, notre vinaigre et des épices. Ce qui fait la différence, c'est notre approche artisanale. Nous évitons tout ajout d'exhausteurs de goût et cuisinons le produit avec soin pour obtenir un ketchup savoureux et parfaitement équilibré.



Vous proposez d'autres produits que le ketchup ?

Bien sûr ! Le vinaigre reste notre cœur de métier, avec une large gamme : au vin blanc, au vin rouge, aux fruits, balsamique… Nous avons aussi développé des produits dérivés comme des pickles, des cornichons, des moutardes, ainsi que des sauces, dont notre mayonnaise. Au total, nous avons une soixantaine de références, mais le vinaigre de vin rouge reste notre best-seller.

Vos produits sont-ils 100 % français ?

Absolument. Nous travaillons uniquement avec des ingrédients français et privilégions les circuits courts. Nos vinaigres sont faits avec des vins français, nos moutardes avec des graines cultivées en Centre-Val de Loire – nous avons d'ailleurs relancé cette culture – et notre ketchup est également fabriqué avec des tomates françaises.

Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ?

D'abord, notre savoir-faire : avec 230 ans d'histoire, difficile d'être plus expérimentés. Ensuite, notre terroir, en Beauce, le long de la Loire, une région riche en matières premières. Et surtout, le temps que nous accordons à chaque produit. Là où un vinaigre industriel est produit en 48 heures, le nôtre prend 13 mois. Nous croyons à l'importance du temps, et cela se ressent.

Depuis combien de temps travaillez-vous avec METRO ?

Oh, cela fait plus de quinze ans ! Un partenariat solide et naturel, car nos clients sont en grande partie des restaurateurs. METRO nous aide à aller à leur rencontre et à leur faire découvrir nos produits.

Une idée pour sublimer votre ketchup en cuisine ?

Je recommande de l'utiliser pour accompagner un poisson grillé, ou même de le travailler en base sur une pizza pour une note plus vive et acidulée. Il est aussi parfait pour napper des légumes rôtis ou twister un tartare de bœuf. L'idée est vraiment de le considérer comme un condiment noble, capable d'apporter relief et élégance.



Fruits & légumes METRO Chef :

L'EXIGENCE AU SERVICE DES CHEFS

Avec METRO Chef, les professionnels disposent d'une offre complète, maîtrisée de bout en bout, qui conjugue exigence de qualité, respect des producteurs et adaptabilité à chaque cuisine. Un modèle qui illustre parfaitement la philosophie de METRO : accompagner les chefs dans la recherche du meilleur, tout en favorisant des filières responsables et durables.





Une marque pensée pour les professionnels

Avec la marque METRO Chef, METRO propose une gamme de fruits et légumes conçue pour répondre aux attentes spécifiques des restaurateurs et métiers de bouche. Son ambition : garantir régularité, traçabilité et praticité tout en respectant les saisons et les terroirs. En pleine saison, l'approvisionnement en fruits et légumes est principalement français, puis il est élargi à d'autres origines européennes (Belgique, Espagne, Italie) afin d'assurer une disponibilité continue. Les exploitations sont toutes certifiées GLOBAL G.A.P., un standard international strict qui couvre la sécurité alimentaire et la préservation de l'environnement. Des audits sont réalisés chaque année par un organisme indépendant afin de s'assurer du respect du référentiel. Pour plus de transparence, METRO développe des QR codes, offrant une traçabilité complète, de la parcelle au produit final. Les conditionnements, eux, sont adaptés aux besoins des clients, permettant une meilleure gestion des stocks et un maximum de fraîcheur.



Zoom sur les poires et les champignons de Paris METRO Chef

Parmi les produits phares, la poire METRO Chef se décline en trois variétés : Conférence, Williams et Comice. Versatile, la poire s'invite aussi bien dans un dessert comme la poire Belle Hélène qu'en accompagnement d'un plateau de fromages. Côté légumes, METRO Chef complète sa gamme avec ses champignons de Paris, blancs ou bruns, origine France, disponibles toute l'année et reconnaissables aux cagettes de couleurs rouges. Issus de producteurs répartis dans différentes régions françaises, ils bénéficient d'un approvisionnement en 48 heures. Les champignons METRO offrent un croquant agréable et se consomment aussi bien crus que cuits.

Un engagement régional affirmé

Dans une logique d'ancrage local, la marque METRO Chef Régional, qui remplace désormais « *Les Trésors d'ici* », valorise les productions issues des différentes régions françaises et permet leur promotion et leur diffusion sur le territoire national. Dernière nouveauté : la quetsche d'Alsace-Lorraine, symbole de la richesse fruitière régionale, rejoint cette sélection.



Un partenariat engagé avec Bioplant

Pour aller plus loin, METRO renforce ses liens avec des producteurs partenaires comme Bioplant, membre de la FEEF (Fédération des Entreprises et Entre-preneurs de France). Ce partenariat s'illustre notamment par le développement d'une gamme de micropousses commercialisée sous la marque METRO Chef, pensée pour répondre aux nouvelles tendances culinaires et aux besoins des chefs en matière de créativité et de précision. Cette collaboration a récemment été mise à l'honneur lors de la participation commune à la FEEF d'Or, un événement qui valorise les relations durables et la co-innovation entre distributeurs et PME françaises. METRO et Bioplant y ont présenté leur vision commune : proposer des produits différenciants, responsables et adaptés aux exigences de la restauration d'aujourd'hui.

ENGAGÉ POUR L'AVENIR

Une démarche en faveur d'une restauration plus durable

Pensée pour accompagner les professionnels dans leurs achats du quotidien, la démarche « *Engagé pour l'avenir* » s'applique aux produits METRO Chef. Elle vise à proposer des alternatives concrètes et responsables, en s'appuyant sur quatre piliers : transparence, respect des filières durables, gestion raisonnée des ressources et exigence en matière de qualité et de sécurité. Une approche qui prolonge l'engagement historique de METRO en faveur d'une restauration plus durable.

Scannez ou retrouvez plus d'informations sur METRO.fr

PONTHIER

Entreprise B Certifiée

DÉFENDRE LE FRUIT GOURMAND, SAIN ET RESPONSABLE

PURÉES & COULIS RÉFRIGÉRÉS

ENGAGEMENT #1 - LE GOÛT ORIGINEL

C'est avant tout incarner au quotidien une culture du goût, celui du goût originel du fruit que la nature peut nous donner si nous la respectons. C'est sourcer des fruits d'exception, rares et exclusifs, cueillir à maturité et transformer au plus proche des vergers et au plus vite, tout en douceur.



MANGUE ALPHONSO
Inde (Ratnagiri)
Parfum riche et onctueux



FRAMBOISE WILLAMETTE, MECKER
Serbie
Saveur fruitée et intense



CITRON JAUNE DE SYRACUSE IGP
Italie (Sicile)
Arôme frais et floral

LABEL PURE TRACE®

PURE : garanti sans résidu de pesticides
TRACE : tracé depuis le producteur-collecteur et sa localité

PONTHIER - 19130 OBJAT, FRANCE - +33 (0)5 55 25 82 14 - INFO@PONTHIER.FR - WWW.PONTHIER.FR

© Illustrations Elise Demozay & Aurélie Tessier









il était une noix...

LA SÉLECTION DE FRUITS À COQUE DE NOS EXPERTS EST À CROQUER. PRENEZ-EN DE LA GRAINE !









1. Noisettes IGP du Piémont, calibre 16+ mm, catégorie 1, Origine Italie, sachet 1 kg, **Réf. : 713623 – 2.** Noix AOP Cello, 500 g, calibre 30+ mm, catégorie 1, Origine France, **Réf. : 91308 – 3.** Amandes décortiquées brutes 23/25, METRO Chef, sachet 1 kg, **Réf. : 300706 – 4.** Pistaches naturelles avec peau, METRO Chef, sachet 1 kg, **Réf. : 304698 – 5.** Noix de macadamia, METRO Chef, sachet 1 kg, **Réf. : 302248 – 6.** Noix de pécan décortiquées, METRO Chef, sachet 1 kg, **Réf. : 301310 – 7.** Noix de cajou, METRO Chef, sachet 1 kg, Réf. : 302262 – **8.** Pignons de pin, METRO Chef, sachet 1 kg, **Réf. : 302252**

Retrouvez toute la sélection sur METRO.fr



Duel de Chefs,

RUDY VILLIEN

PLAT SIGNATURE :
Pain de brochet, sauce dashi, œufs de harengs fumé et chou pack-choï.

CARACTÈRE :
Calme.

PORTRAIT CHINOIS :

Si tu étais une recette, laquelle serais-tu ?
Les œufs en meurette de ma grand-mère.

Si tu ne devais choisir qu'un fruit à cuisiner ?
Le yuzu.

Si tu étais un fromage, lequel serais-tu ?
L'époisses.

Si tu étais un vin, quelle cuvée serais-tu ?
Un Chambolle-Musigny.

Si ton adversaire était un plat ?
Une volaille de Bresse aux morilles.

À votre gauche, Rudy Villien. Après un bac professionnel au lycée Saint-Bénigne à Dijon, puis un passage en alternance au *Clos du Cèdre* à Beaune, il rejoint *Le Charlemagne* en juin 2021 comme sous-chef, avant de reprendre l'établissement avec sa compagne en janvier 2024. À votre droite, David Lachavannes. Titulaire d'un brevet professionnel cuisine dans l'Ain, demi-finaliste du MOF cuisine et membre de l'Académie culinaire de France, il a voyagé aux États-Unis, en Nouvelle-Zélande et au Luxembourg, où il a occupé le poste de chef exécutif pour l'Ambassade de France durant cinq ans. En 2018, il ouvre le restaurant *Racines* dans l'Ain. Un duel autour de la canette.

DAVID LACHAVANNES

PLAT SIGNATURE :
Je n'ai pas de plat signature. J'essaie de ne surtout pas me reposer sur mes acquis !

CARACTÈRE :
Perfectionniste.

PORTRAIT CHINOIS :

Si tu étais une recette, laquelle serais-tu ?
Un pigeonneau au foie gras.

Si tu ne devais choisir qu'un fruit à cuisiner ?
La fraise.

Si tu étais un fromage, lequel serais-tu ?
L'époisses.

Si tu étais un vin, quelle cuvée serais-tu ?
Dambrun cuvée Guy Savoy (de mon ami Patrick Chêne).

Si ton adversaire était un plat ?
Un bœuf bourguignon.

L'OBJECTIF

La canette

La canette, appréciée des chefs pour sa chair tendre et savoureuse, offre une alternative raffinée aux viandes plus classiques. Polyvalente en cuisine, elle séduit par son goût délicatement typé et sa texture juteuse.



Saveur

La canette développe des arômes subtils, à la fois doux et légèrement sauvages. Elle se prête à de nombreuses préparations : rôtie, laquée, confite ou simplement poêlée. Sa chair juteuse et parfumée s'accorde aussi bien avec des fruits (figues, cerises, agrumes) qu'avec des épices ou des sauces au vin, offrant une palette culinaire riche et inspirante.

Caractéristiques

La canette se distingue par un gabarit intermédiaire entre le canard et le caneton. Elle pèse généralement entre 1,5 et 2 kg. Sa chair est plus tendre et moins grasse que celle du canard, tout en offrant une belle jutosité. Sa peau fine dore facilement à la cuisson, apportant une note croustillante.

Origine

Les canettes sont sélectionnées pour la qualité de leur chair. On les trouve principalement en Normandie, dans le Sud-Ouest, en Vendée ou en Bretagne, régions réputées pour leur savoir-faire avicole. Les élevages respectent des méthodes traditionnelles, garantissant une viande de grande qualité.

Saison

Disponible toute l'année, la canette connaît une forte demande pendant la saison automnale et hivernale, en particulier autour des fêtes. Cette période correspond à un pic de consommation, les chefs l'appréciant pour sa capacité à sublimer les menus festifs.







Canette des Dombes, compresse de cuisses confites et foie gras crémeux de carotte, crème de maïs, ketchup betterave ail noir, duxelles de champignons, espuma de chataîgne, jus vin rouge cassis

PAR DAVID LACHAVANNES-

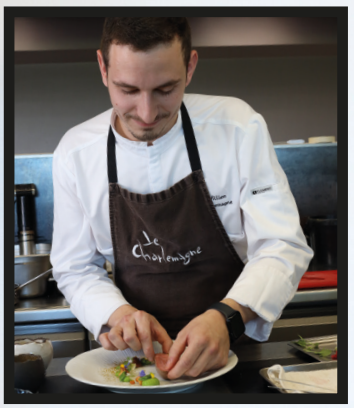
David Lachavannes travaille les cuisses de canette des Dombes pour mettre en miroir leur intensité gustative avec la gourmandise du foie gras. La douceur du maïs, la rondeur de la châtaigne, la terre des champignons et la fraîcheur de la carotte s'y mêlent. La betterave vient réveiller l'ensemble, presque comme une pointe d'acidité.
Son idée est de surprendre tout en restant lisible, de proposer un plat gourmand et élégant, profondément ancré dans la saison.

Scannez ou retrouvez la recette sur METRO.fr

> **« Je compose une promenade automnale, en mêlant finesse, gourmandise et respect du produit dans une assiette que j'ai voulu à la fois lisible et surprenante. »**







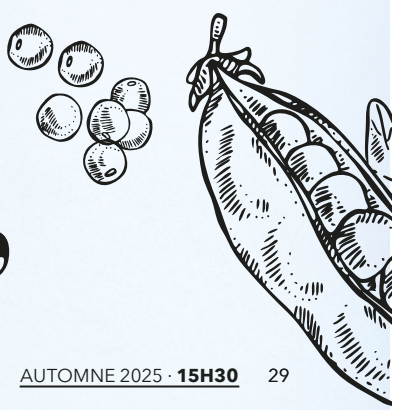
Filet de canette, girolles, sugar peas, Yuzu Kosho

PAR RUDY VILLIEN

Rudy Villien a préparé un filet de canette laqué au miel récolté dans des ruches situées à un kilomètre du restaurant, accompagné d'un travail autour des sugar peas (les pois dont on mange la cosse), d'oignon doux, de curry noir et d'une pâte de yuzu kosho rouge, un condiment à base de yuzu et de piment qui apporte un twist. Comme il nous l'a confié, l'acidité est pour lui l'élément le plus important dans un plat ; il ajoute toujours des agrumes dans ses assiettes. La sauce est un jus de canard réduit au vin rouge.
Les cuisses, quant à elles, sont confites pendant douze heures dans un mélange de douze épices, et servies avec un petit siphon de pomme de terre, clin d'œil au parmentier de canard.

Scannez ou retrouvez la recette sur METRO.fr

> **« Je signe un filet de canette où l'acidité portée par le yuzu dialogue avec la douceur du confit et la profondeur du jus de viande. »**



Jura et Franche-Comté : à l'est, l'Éden.

Des forêts du Haut-Doubs aux plateaux ensoleillés du Jura, la Franche-Comté déploie une richesse gastronomique qui puise dans la force de ses paysages et la fidélité de ses artisans. Fromages d'alpage, charcuteries fumées, liqueurs de sapin et eaux de source incarnent l'esprit d'une région rude et généreuse, où chaque produit raconte une histoire de terroir, de patience et de transmission.



Nichée entre montagnes, forêts profondes et plateaux baignés de lumière, la région Franche-Comté déploie un paysage aussi sauvage qu'attachant. Aux confins de l'Est de la France, elle incarne un terroir robuste, généreux, modelé par des siècles de traditions agricoles et artisanales. Ici, le temps semble suspendu dans les forêts du Haut-Doubs et les vallons jurassiens, où les produits du cru s'imprègnent de l'altitude, des hivers rigoureux et de la lenteur des gestes transmis. C'est dans ce décor que naît une cuisine franche, sincère, fondée sur la qualité des matières premières et le savoir-faire de ses artisans.





Fromages d'alpage et trésors laitiers

Impossible d'évoquer la Franche-Comté sans s'attarder sur sa tradition fromagère, l'une des plus emblématiques du pays. Star incontestée de la région, le Comté AOP, affiné 18 mois, révèle une richesse aromatique unique. Produit notamment par *Les Fromageries Arnaud*, ce fromage à pâte pressée cuite est issu du lait cru de vaches Montbéliardes et Simmental élevées en plein air. Sous la marque *La Maison du Fromage*, il s'invite aussi bien sur les plateaux que dans les recettes les plus raffinées. Autre pilier du patrimoine local : le Morbier AOP. Reconnaissable à sa raie noire centrale, ce fromage de tradition, affiné 60 jours, est ici représenté par *Les Monts de Joux*, qui perpétuent un affinage rigoureux dans les caves naturelles du massif.

Mais la star saisonnière, attendue chaque année par les amateurs, c'est le Mont d'Or AOP. Ce fromage coulant, en boîte d'épicéa, n'est disponible qu'entre le 10 septembre et fin mars. *La Maison du Fromage* en propose une version mini, très prisée. Aussi, pour pallier cette rareté, METRO met en avant une alternative de qualité : le Fromager des Clarines 200g de *Jean Perrin*. Ce fromage, affiné et conditionné dans la même tradition que le Mont d'Or, offre une texture fondante et un goût boisé qui évoquent les forêts comtoises. Il constitue une solution précieuse pour tous les restaurateurs cherchant un fromage coulant tout au long de l'année.





Enfin, la Cancoillotte commercialisée sous la marque *Rochambeau*, spécialité typiquement franc-comtoise à base de lait écrémé fondu, incarne l'attachement de la région aux produits simples, sains et savoureux. Peu grasse mais intensément parfumée, elle se déguste chaude, avec des pommes de terre, ou froide en tartine, pour un en-cas à l'accent régional. ▸



Charcuteries fumées, un art du feu

Autre pilier de l'identité culinaire régionale : la charcuterie, fumée selon des procédés ancestraux. L'entreprise AUX PRODUITS SAUGETS SAS illustre parfaitement cette tradition. Installée autour de son tuyé – cheminée monumentale où l'on suspend les viandes à fumer – elle produit des incontournables : la saucisse de Morteau IGP, proposée aussi en Label Rouge, et la Montbéliard IGP, aux arômes subtils de bois et d'épices. À cela s'ajoute le Jambon du Haut-Doubs, lentement fumé dans les hauteurs de la région. Ces pièces, fumées au bois de résineux, incarnent la rusticité maîtrisée de la cuisine franc-comtoise : puissante, généreuse, mais toujours équilibrée.



Une terre de spiritueux et d'eaux pures

Dans cette région de montagne où la nature est omniprésente, les spiritueux tiennent également une place de choix. La distillerie *Pierre Guy*, installée à Pontarlier depuis 1890, perpétue l'art des liqueurs alpines. On y élabore notamment le Pontarlier Anis Armand Guy (45°), un apéritif intense et typé, qui a traversé les époques sans perdre de sa force. Autre spécialité remarquable : la liqueur de bourgeons de sapin (40°), distillée à partir de jeunes pousses récoltées dans les forêts du Haut-Doubs. À la fois digestive et parfumée, elle condense l'esprit des montagnes dans une gorgée. Et pour accompagner cette intensité, rien de tel qu'une eau minérale locale à la pureté reconnue. *La Source de Velleminfroy*, riche en calcium et magnésium, jaillit d'un sol protégé depuis le XIXe siècle. Elle incarne cette exigence de qualité qui anime les producteurs francs-comtois : préserver les ressources, valoriser un savoir-faire, respecter le rythme de la nature.



Un patrimoine vivant et fédérateur

Plus qu'un simple terroir, la Franche-Comté est une terre de mémoire et de liens. Sur ses marchés, dans ses fruitières, dans ses boucheries artisanales ou ses distilleries familiales, le lien entre producteurs et restaurateurs reste intact. La qualité ne se proclame pas ici, elle se goûte, lentement, au fil des saisons. Des plats mijotés au vin jaune aux fromages fondus au feu de bois, chaque recette rend hommage à une culture locale bien vivante. Dans le Jura comme dans le Doubs, la gastronomie n'est jamais un folklore figé mais un patrimoine vivant, transmis, adapté, partagé. METRO accompagne les professionnels dans cette valorisation du local, en proposant des produits soigneusement sourcés, en lien étroit avec les producteurs. De la saucisse de Morteau au Pontarlier Anis, de la cancoillotte au Comté affiné, c'est toute l'identité comtoise qui s'invite à la carte avec caractère et sincérité. ■



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



RENCONTRE AVEC

Nathalie Fruneau-Chevrollier

DIRECTRICE DES ACHATS LOCAUX CHEZ METRO FRANCE



Nathalie Fruneau-Chevrollier défend une approche rigoureuse et engagée du produit local. Dans cet entretien, elle revient sur la richesse des productions en Franche-Comté et dans le Jura, tout en affirmant son engagement en faveur des circuits courts et du soutien aux filières régionales.

Quelles sont les spécificités de la Franche-Comté et notamment du Jura ?

Ce sont des régions à forte identité, connues pour leurs fromages : Comté, Morbier, Mont d'Or… mais aussi leurs vins comme le vin jaune ou le vin de paille, et des salaisons typiques comme la saucisse de Morteau. On y trouve aussi du miel, des tisanes, des plantes médicinales. La Franche-Comté partage cet ancrage avec le Jura, avec quelques spécialités comme la saucisse de Montbéliard ou la cancoillotte.

Y a-t-il d'autres pépites à découvrir ?

Oui, une multitude de produits moins connus : micro-brasseries, eaux-de-vie, galette comtoise, tarte au goumeau… Même l'absinthe, souvent associée à la Suisse, est aussi enracinée dans le Haut-Doubs. C'est une région d'une grande richesse.



Comment valorisez-vous les produits régionaux tout en respectant leur ancrage ?

Chez METRO, les produits locaux sont sélectionnés par des acheteurs dédiés. Un produit local vient d'un producteur situé à proximité du point de vente. Cela va au-delà de la géographie : c'est un véritable engagement. Nous avons plus de 1300 producteurs et 10 000 références. Ces produits n'ont pas vocation à être diffusés nationalement : nous privilégions le circuit court.

Comment éviter que le mot "local" ne perde son sens ?

Nos acheteurs veillent à la qualité et à l'authenticité des producteurs. Quand un produit est sous AOP ou IGP, nous nous appuyons sur les cahiers des charges existants. L'enjeu, c'est de rester fidèles à la logique de terroir et de proximité.

La demande a-t-elle évolué ces dernières années ?

Oui, nettement. Le locavorisme progresse dans toute la France, y compris dans la restauration. Depuis la pandémie, les consommateurs privilégient les circuits courts, par souci de durabilité et de lien au territoire. Plus de 43 % de nos clients restaurateurs souhaitent proposer des produits locaux, car leurs clients les réclament. C'est devenu un levier de différenciation fort.

Quel est votre produit coup de cœur dans la région ?

Le Comté AOP, surtout affiné 16 à 24 mois. J'apprécie ses arômes subtils de noisette, de beurre, parfois de fruits secs. C'est un fromage emblématique, dont la richesse varie selon la saison, l'élevage, le climat. Chaque meule raconte une histoire.



Lanson

CULTIVER LA FRAÎCHEUR



Créé avec soin par notre Chef de Caves, Hervé Dantan, à partir des vignes cultivées
par notre Responsable Vignobles et Développement Durable, Eugénie Gianoncelli, et servi avec élégance par notre Chef Ambassadeur, Beatriz Gonzalez.

Le Rosé Création incarne l'**élégance**, la **fraîcheur** et le **fruité** caractéristiques du style Lanson.



L'ESPRIT ROSÉ CRÉATION

La Maison Lanson fut l'une des **premières Maisons de Champagne** à avoir élaboré un rosé, en **1833**. Au fil des ans, les **Chefs de Caves** de la Maison ont façonné une recette d'assemblage qui exprime toute l'**élégance** et la **fraîcheur** caractéristiques du style Lanson, révélant de délicates notes fruitées.



UN SAVOIR-FAIRE SINGULIER

Chaque vendange revêt un **caractère singulier** que la Maison Lanson façonne en assemblant les raisins de l'année à **des vins de réserve exclusivement rosés** et une **proportion subtile** de vins rouges. Cette **méthode unique** en Champagne confère au Rosé Création une **robe délicate** et une **aromatique éclatante**.



GASTRONOMIE

La Maison Lanson s'illustre dans la Gastronomie au travers des **collaborations sincères** et **durables** avec des **Chefs créatifs**. Reposant sur des valeurs communes, chaque collaboration donne naissance à des **accords mets et vins exclusifs** révélant la fraîcheur caractéristique des Champagnes Lanson.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Retrouvez davantage d'informations sur www.lanson.com

Des vins bien nez,

POUR DÉNICHER LES NOUVELLES PÉPITES
ET LES VINS À MOINS DE DIX EUROS,
NOS EXPERTS ONT DE LA BOUTEILLE !

1. UNIQUEMENT CHEZ METRO

2. UNIQUEMENT CHEZ METRO

3. UNIQUEMENT CHEZ METRO

4.

5.

6.

7.

8.

1. Champagne Brut Veuve Pelletier **Réf. : 302341 – 2.** Prosecco Spumante D.O.C. Extra Dry Valmarone **Réf. : 213655** **3.** Bordeaux Supérieur Fontbreuil, Wine of the Year METRO **Réf. : 306819 – 4.** Haut-Médoc Château Beausejour Hostens **Réf. : 302036 – 5.** Val de Loire I.G.P. Chardonnay Les Hauts de la Jousselinière **Réf. 222334 – 6.** Chablis Les Beaumonts Dampt Frères **Réf. : 215723 – 7.** Cévennes I.G.P. Syrah Les Petites Crêtes **Réf. : 307733 – 8.** Pays d'Oc Carignan vieilles vignes Villa Pous **Réf. : 282016**

Retrouvez toute la sélection sur METRO.fr



Un guide pour dynamiser les ventes

Dans un secteur où chaque dépense impacte directement la rentabilité, il est essentiel de maîtriser les coûts et d'optimiser les recettes. Avec le guide gratuit *"Comment booster la rentabilité de son restaurant"*, METRO France livre des clés concrètes pour accompagner les professionnels de la restauration et transformer chaque défi en opportunité !



Maîtriser marges et ratios

La rentabilité d'un restaurant repose avant tout sur une gestion précise des marges et des coûts. Pour cela, il est essentiel de suivre plusieurs indicateurs clés comme le ticket moyen, la marge brute, les charges d'exploitation, le coût des matières premières et les charges de personnel. Ces ratios financiers offrent une vision claire de la performance d'un établissement et permettent d'anticiper les éventuels écarts. Leur suivi régulier aide à ajuster la politique tarifaire, à optimiser les achats, à négocier avec les fournisseurs et à limiter le gaspillage. Une démarche qui garantit une gestion financière saine et durable, tout en renforçant la capacité du restaurant à s'adapter dans un environnement parfois très concurrentiel !

Augmenter le ticket moyen

Au-delà de la maîtrise des coûts, augmenter le ticket moyen est un levier puissant pour améliorer la rentabilité ! Pour le faire progresser, il est essentiel de former les équipes aux techniques de vente additionnelle, comme la suggestion d'accompagnements, de boissons ou de desserts. Valoriser les accords mets-vins ou proposer des menus découverte incite également les clients à consommer davantage. L'expérience client, avec un service personnalisé et une carte renouvelée, stimule la curiosité, et donc la fidélité. Des actions ciblées qui peuvent augmenter significativement le chiffre d'affaires sans alourdir les coûts fixes.

Des idées pour dynamiser l'activité

Happy hours, menus spécifiques à prix attractifs, dégustations ou soirées thématiques, les promotions ciblées sont des outils efficaces pour attirer une clientèle plus large et augmenter la fréquentation en heures creuses ! Ces offres permettent de maximiser l'occupation des places et d'optimiser le chiffre d'affaires global. Elles doivent être pensées stratégiquement pour ne pas impacter négativement la marge, en privilégiant des produits à forte rentabilité ou en limitant leur durée. La communication autour de ces promotions, sur place ou via les réseaux sociaux, joue un rôle clé pour leur succès ! Ces initiatives renforcent aussi l'image dynamique et innovante d'un établissement.



Digitalisation et formation

Atouts majeurs dans la restauration, les logiciels de gestion des stocks, systèmes de caisse connectés et outils de réservation en ligne facilitent le suivi des indicateurs et la prise de décision rapide ! La formation régulière des équipes sur les techniques commerciales, la gestion des coûts et l'accueil client optimise aussi la performance globale. Un personnel bien formé et motivé est un vecteur direct de satisfaction client… et de rentabilité !



Pour aller plus loin

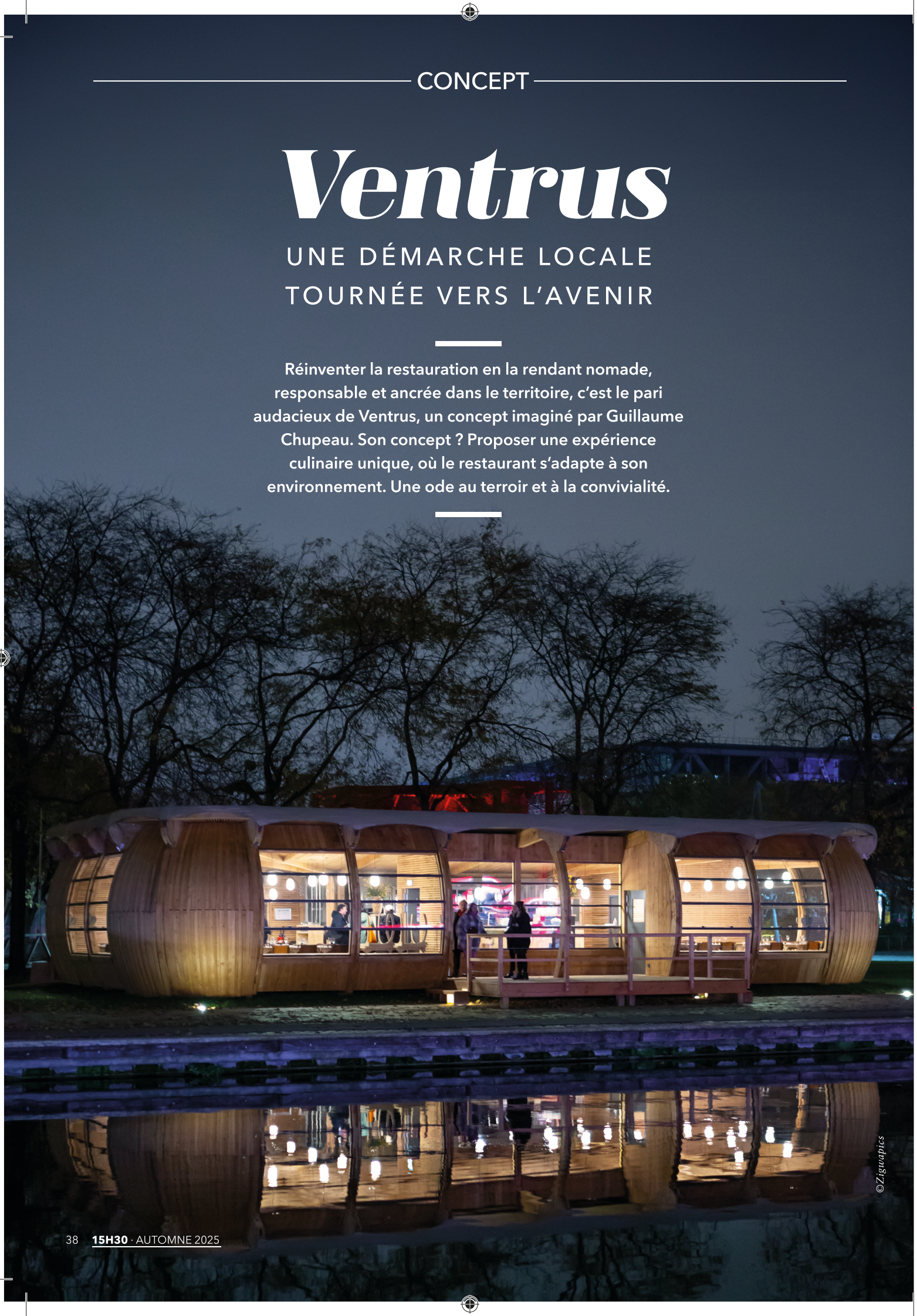
Pour découvrir les outils pratiques, exemples concrets et conseils détaillés pour dynamiser vos ventes, téléchargez gratuitement le guide "*Comment booster la rentabilité de son restaurant*" sur le site de METRO France !

Scannez ou retrouvez ce livre blanc sur METRO.fr

Ventrus

UNE DÉMARCHE LOCALE TOURNÉE VERS L'AVENIR

Réinventer la restauration en la rendant nomade, responsable et ancrée dans le territoire, c'est le pari audacieux de Ventrus, un concept imaginé par Guillaume Chupeau. Son concept ? Proposer une expérience culinaire unique, où le restaurant s'adapte à son environnement. Une ode au terroir et à la convivialité.



©Zigwapics



©Anne-Claire Héraud



©Anne-Claire Héraud

Ventrus bouscule les codes traditionnels de la restauration en proposant un restaurant mobile, capable de s'installer au cœur de sites naturels ou urbains d'exception. Grâce à une structure démontable et écoresponsable, conçue en collaboration avec l'architecte François Muracciole, Ventrus s'intègre à son environnement, qu'il s'agisse du parc de la Villette à Paris, ou de la nature camarguaise. Cette mobilité permet de créer des expériences éphémères et immersives, où chaque destination devient le théâtre d'une nouvelle aventure culinaire. En s'implantant dans des lieux atypiques, Ventrus valorise le patrimoine local tout en offrant aux convives une expérience inédite !



©Anne-Claire Héraud

Cuisine engagée

Au cœur de l'expérience Ventrus, la cuisine se veut profondément engagée. Alexander Southward, Fabio Massimo, Luca Dori, Lise Deveix, Marie Pacotte, Mory Sacko, Ambroise Voreux… les chefs en résidence élaborent une carte qui évolue au fil des saisons afin de mettre en lumière les produits locaux, issus de l'agriculture raisonnée et de circuits courts. Cette démarche garantit la fraîcheur et la qualité des ingrédients mais aussi une empreinte écologique réduite. Pêche raisonnée, réduction des emballages et de la consommation d'énergie, participation au financement de paniers repas avec l'association Hello Ernest, à travers la charte de Ventrus, le fondateur Guillaume Chupeau ne laisse rien au hasard. Chaque escale de Ventrus s'inscrit dans une logique de durabilité et de respect de l'environnement… et de l'humain !

Lieu de vie et de partage

Plus qu'un simple restaurant, Ventrus se positionne comme un véritable lieu de vie, d'échange et de convivialité. L'espace, pensé pour être modulable et accueillant, invite les convives à partager plus qu'un repas : ateliers culinaires, rencontres avec les producteurs, événements culturels et artistiques rythment la vie du restaurant. Une dimension participative qui contribue à créer une atmosphère chaleureuse et authentique, où chaque visiteur devient acteur de l'expérience. Ventrus s'attache à tisser des liens entre les clients, les équipes et le territoire.

La restauration de demain ?

En alliant mobilité, responsabilité et excellence gastronomique, Ventrus propose une vision résolument moderne de la restauration. Le concept de Guillaume Chupeau répond aux attentes d'une clientèle en quête de sens et de nouveauté. Il démontre comment conjuguer plaisir, engagement et innovation, pour répondre avec intelligence aux nouveaux modes de vie et aux enjeux environnementaux. Ventrus s'impose ainsi comme une source d'inspiration pour les professionnels du secteur, prouvant que la restauration peut être à la fois créative, responsable et profondément humaine !



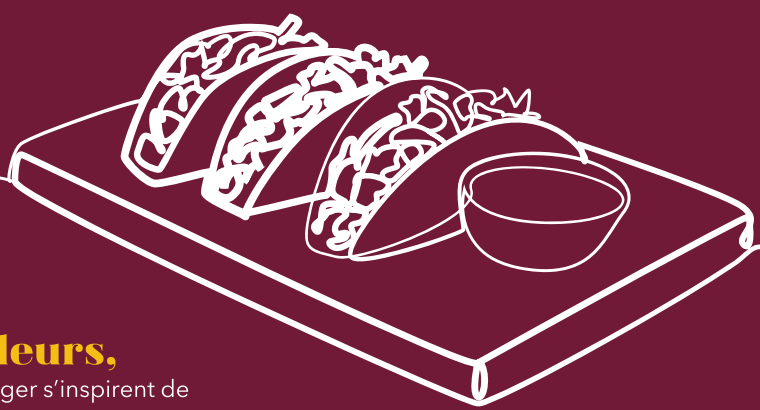
©Anne-Claire Héraud

Pour ou contre les plats à partager ?

S'il est courant aujourd'hui de voir apparaître sur les cartes une section *"à partager"*, cette formule sympathique cache parfois une réalité plus délicate en salle comme en cuisine. Entre envie de convivialité et complexité logistique, le débat est ouvert.

Une longue tradition culinaire...

À première vue, difficile de s'opposer à une assiette pensée pour être partagée. **Ce format décloisonne l'expérience du repas, transforme la table en terrain d'échanges** et permet à chacun de **goûter plusieurs préparations**. Un vrai vent de liberté dans le ballet parfois trop codifié du service à l'assiette.



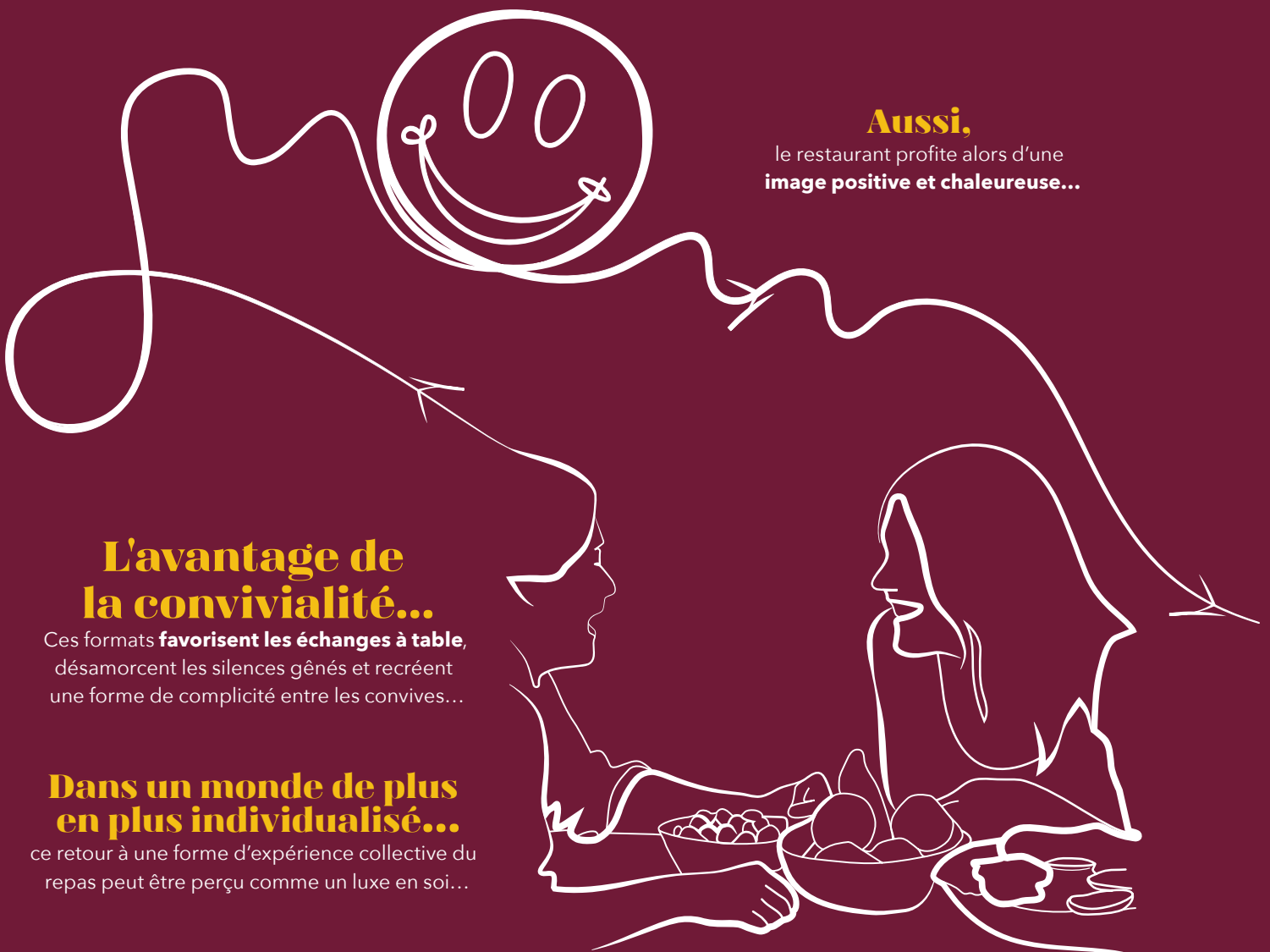
D'ailleurs,

Les plats à partager s'inspirent de **traditions culinaires ancrées :** tapas espagnols, mezze libanais, dim sum chinois, où le plaisir est d'abord collectif…



Il faut dire

qu'ils invitent à une dégustation décomplexée, spontanée, où la table devient **un espace de circulation des saveurs, sans hiérarchie**…



Aussi,

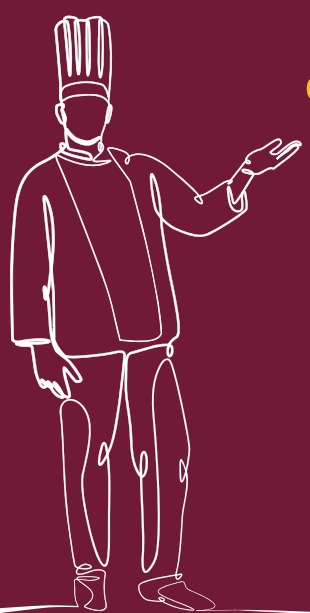
le restaurant profite alors d'une
image positive et chaleureuse…

L'avantage de la convivialité…

Ces formats **favorisent les échanges à table**, désamorcent les silences gênés et recréent une forme de complicité entre les convives…

Dans un monde de plus en plus individualisé…

ce retour à une forme d'expérience collective du repas peut être perçu comme un luxe en soi…



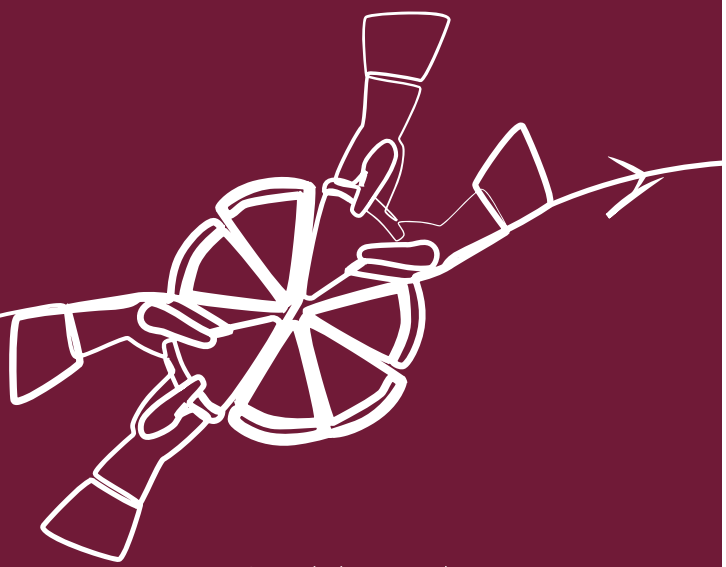
et une opportunité commerciale…

**Du point de vue du restaurateur,
cette formule permet parfois une meilleure gestion des stocks…**

Ils représentent un vrai **gain de temps** en cuisine.
En effet un plat à partager représente moins de travail de mise en place…
Il peut être cuisiné en avance par le chef dans le courant de la journée,
ce qui lui permet de déléguer le service du soir à son équipe…
Le plat à partager permet une adaptation plus souple à la demande
et se prête bien à une approche saisonnière, inventive,
entrée sur les produits disponibles.

Si on est honnête,

le partage suppose une certaine égalité entre convives… Égalité qui n'est pas toujours acquise. Celui qui sert, celui qui coupe, celui qui mange en dernier : des rôles implicites se dessinent, parfois pesants…



La dure loi de la jungle…

…Quand plusieurs plats arrivent en même temps, le serveur devient organisateur d'un petit banquet improvisé, jonglant avec les assiettes vides, les couverts d'appoint, les ajustements de pain. Une joyeuse pagaille qui, dans un établissement élégant, peut vite virer à la fausse note.



L'obligation d'une organisation rigoureuse…

Le plat à partager peut vite devenir **un véritable casse-tête logistique** en salle comme en cuisine…

Aussi,

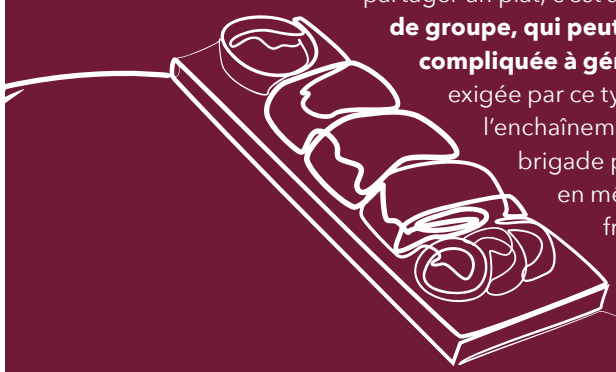
Ce format suppose une certaine **synchronisation entre les clients** dans leurs goûts, leur rythme, leur envie de jouer le jeu.
Or, tous les convives n'apprécient pas de piocher dans la même assiette, ni de devoir justifier ce qu'ils mangent ou laissent. De plus, le service peut s'en trouver perturbé…

Il faut dire que,

Pour certains professionnels, le plat à partager **multiplie les complications.** Comment prévoir les quantités exactes ? Comment répartir équitablement une burrata pour trois ou un magret pour cinq ? Que faire quand un convive n'aime pas le fromage, un autre est végétarien et le dernier "mange de tout" ?

En conséquence,

partager un plat, c'est aussi **s'adapter à une dynamique de groupe, qui peut parfois être bancale voire compliquée à gérer.** En cuisine, la polyvalence exigée par ce type de menu peut brouiller l'enchaînement des tâches. Mieux vaut une brigade parfaitement rodée pour envoyer en même temps des plats chauds, froids, à partager, à ne pas partager, en demi-portions, ou pour une table de sept.



...Une question d'équilibre et d'intention

Si,

le plat à partager ne fait pas l'unanimité, il incarne une envie de convivialité, certes, mais demande aussi **une maîtrise précise du rythme et de la composition** du repas.

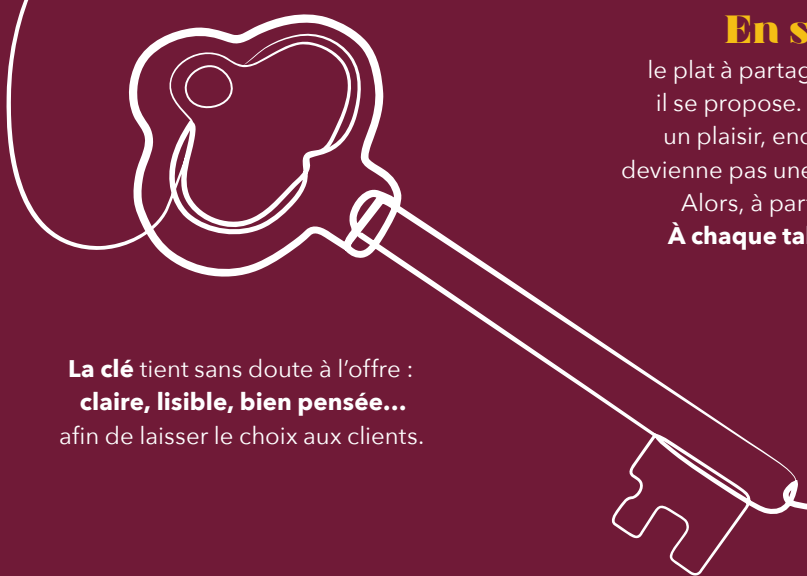


Et puis,

tout est affaire de contexte. Dans un bistrot festif, le partage dynamise l'ambiance. Dans un cadre feutré, il peut déstabiliser…

En somme,

le plat à partager ne s'impose pas, il se propose. Et si le partage est un plaisir, encore faut-il qu'il ne devienne pas une contrainte collective. Alors, à partager… ou pas ?
À chaque table d'en décider.



La clé tient sans doute à l'offre : **claire, lisible, bien pensée…** afin de laisser le choix aux clients.

Bordeaux :

ENTRE PUISSANCE, FINESSE & LÉGENDE

Avec plus de 110 000 hectares de vignes, Bordeaux est le plus vaste vignoble d'appellation de France. Sa renommée mondiale repose autant sur la diversité de ses terroirs que sur son histoire intimement liée au commerce international, d'Aliénor d'Aquitaine aux marchands hollandais. Ce territoire viticole complexe et raffiné donne naissance à des vins emblématiques, fruit d'un savoir-faire ancestral.

Le vignoble bordelais se divise en grandes zones qui reflètent autant de styles que de géographies. Sur la rive gauche de la Garonne, le Médoc se distingue par ses rouges puissants et structurés, dominés par le Cabernet Sauvignon. Plus au sud, les Graves produisent aussi bien des rouges souples et veloutés que des blancs secs, exotiques et aromatiques. Le Sauternais, quant à lui, est renommé pour ses vins liquoreux d'exception. À Pauillac, l'AOP exprime avec élégance toute la typicité du Médoc : fruits noirs, boisé raffiné et tanins nobles, comme dans le Pauillac de Batailley. Dans le Haut-Médoc, on découvre des cuvées équilibrées et profondes, à l'image de celles du Château Beauséjour Hostens.

Sur la rive droite, le Libournais, avec ses appellations mythiques comme Saint-Émilion et Pomerol, privilégie le Merlot. Ce cépage rond et velouté donne des vins souples et accessibles dans leur jeunesse, mais aussi capables d'un vieillissement remarquable. Le M de Moulinet, second vin du Château Moulinet à Pomerol, en est une parfaite illustration : nez de fruits rouges mûrs, bouche soyeuse, finale épicée. À quelques kilomètres de là, la cuvée **Grand Barrail Larose** incarne un Saint-Émilion gourmand, aux notes de cerise noire et de sous-bois.

Des cépages identitaires et des pratiques exigeantes

Si le Merlot et le Cabernet Sauvignon règnent en maîtres sur les rouges, le Cabernet Franc vient souvent parfaire les assemblages en apportant fraîcheur et complexité. Pour les blancs, le Sauvignon domine, seul ou accompagné de Sémillon et de Muscadelle. C'est le cas du Bordeaux blanc Fontbreuil, aux arômes de citron vert et de fleurs blanches, parfait à l'apéritif ou avec des fruits de mer. Son pendant en rouge, le Bordeaux Supérieur Fontbreuil, séduit par sa souplesse et ses notes de fruits rouges croquants.

Une histoire de commerce et de prestige

L'histoire du Bordeaux est indissociable de son ouverture au monde. Dès le XIIe siècle, grâce au mariage d'Aliénor d'Aquitaine avec Henri Plantagenêt, les Anglais deviennent de fervents amateurs des vins de la région. Au XVIIe siècle, les Hollandais drainent les marais du Médoc pour permettre la plantation de vignes. Cette tradition exportatrice a façonné le style des vins bordelais : des cuvées taillées pour la garde, capables de voyager et d'évoluer avec le temps.

Une mosaïque de terroirs à (re)découvrir

Du prestigieux Pauillac aux appellations satellites comme Puisseguin-Saint-Émilion – représenté ici par la cuvée Fleur La Chapelle, ample et généreuse –, Bordeaux offre un panorama riche de profils et de prix. Cette diversité permet aux professionnels de composer des cartes équilibrées, mêlant crus classés et vins plus accessibles, tout en restant ancrés dans l'excellence d'un terroir unique.



uniquement chez METRO

① Pomerol M de Moulinet

Un second vin tout en finesse, avec une trame souple et fruitée. Parfait pour une cuisine de terroir : volailles rôties, légumes confits ou pièce de bœuf grillée.

② Pauillac de Batailley

Un grand classique du Médoc : structure, élégance et potentiel de garde. Idéal avec un carré d'agneau ou un gibier en sauce.

UNIQUEMENT CHEZ METRO

③ Saint-Émilion Grand Barrail Larose

Rond et généreux, ce Saint-Émilion séduit par son fruité éclatant. À servir avec des viandes blanches ou des fromages affinés.

UNIQUEMENT CHEZ METRO

Le VIN de L'ANNÉE 2025 ÉLU par nos EXPERTS

④ Bordeaux blanc Fontbreuil

Un sauvignon vif et aromatique, qui évoque les agrumes et les fleurs de printemps. Parfait pour les fruits de mer, les ceviches ou les salades.

UNIQUEMENT CHEZ METRO

Le VIN de L'ANNÉE 2025 ÉLU par nos EXPERTS

⑤ Bordeaux Supérieur rouge Fontbreuil

Un rouge souple et équilibré, aux notes de fruits rouges et d'épices douces. Compagnon idéal des grillades et des plats du quotidien.

uniquement chez METRO

⑥ Haut Médoc Château Beauséjour Hostens

Un vin structuré, marqué par le cassis et une belle trame boisée. Accompagne à merveille une entrecôte ou un plat en sauce.

uniquement chez METRO

⑦ Puisseguin-Saint-Émilion Fleur La Chapelle

Équilibré et gourmand, il révèle des notes de fruits noirs et de sous-bois. Parfait avec une cuisine bistrot ou une viande mijotée.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Tour de France des gins :

QUAND LES TERROIRS FRANÇAIS DISTILLENT LEUR CRÉATIVITÉ

En quelques années, la France s'est imposée comme un pays de gin. Loin de se contenter d'imiter les standards anglais ou néerlandais, les distillateurs hexagonaux ont su puiser dans leurs terroirs pour proposer des interprétations audacieuses, raffinées et profondément ancrées dans leur environnement. À la croisée des savoir-faire régionaux, de l'exigence technique et de la liberté botanique, une nouvelle carte du gin se dessine.

Le mouvement commence souvent dans des maisons familiales déjà aguerries à la distillation, comme Coquerel, installée depuis 1937 dans le bocage normand. Connue pour ses calvados, la distillerie a transposé sa connaissance des pommes et des épices dans le *Gin Normindia*, un assemblage fruité et délicatement épicé inspiré de recettes du XVIIIe siècle. À l'autre bout de la carte, en Provence, la distillerie Le Cercle donne naissance à *Mistral Gin*, une ode à la garrigue. Romarin, basilic, thym citronné : le Sud entre dans le verre, que ce soit dans la version *Rosé*, suave et florale, ou *Riviera*, plus vive et résolument sèche. L'esprit d'innovation ne s'arrête pas là. Dans les Charentes, la Maison Villevert utilise la base de raisin chère à la région pour proposer des gins aussi fruités qu'élégants, comme les cuvées *June*, aux arômes de pêche, de poire ou de pastèque. Le *G'Vine Floraison*, distillé à partir d'alcool de raisin et infusé de fleurs de vigne, joue quant à lui la carte d'une grande finesse aromatique. À Paris ou à Cognac, La Maison du Whisky multiplie les références, avec en fer de lance le Citadelle Gin, premier gin artisanal français, désormais décliné en version *Jardin d'Été* ou *Rouge*, plus fruitée. En parallèle, la distillerie Christian Drouin, en Normandie, explore l'univers du gin à partir de cidre, avec des expressions étonnantes comme le *Gin Pira*, délicatement marqué par la poire. La diversité de ces maisons, de leurs techniques et de leurs profils fait aujourd'hui de la scène gin française l'une des plus dynamiques d'Europe. De quoi réinventer les cocktails, travailler des accords avec la cuisine ou tout simplement servir un gin tonic qui ait du sens – et du goût.

① Normindia Gin 41,4°
DISTILLERIE COQUEREL

Ce gin élégant et généreux s'ouvre sur des notes de pomme, d'agrumes et de cannelle. Sa base fruitée – issue du savoir-faire cidricole normand – est relevée par une fine trame épicée, qui persiste longuement en bouche. Parfait en gin tonic avec un zeste d'orange ou en cocktail type French 75.

② Gin Mistral Rosé 40°
DISTILLERIE LE CERCLE

Un gin délicat et floral, infusé aux baies rouges, à la lavande et aux herbes de Provence. Sa teinte rosée naturelle évoque le Sud dès le premier regard. En bouche, fraîcheur et souplesse dominent, avec une finale subtilement poivrée. À servir très frais, allongé d'un tonic neutre ou d'un soda à la fleur de sureau.

③ Generous Gin BIO 44°
LA MARTINIQUAISE

Issu d'un assemblage rigoureux de botaniques certifiées bio, ce gin sec et végétal déploie des arômes de genièvre, de coriandre et d'agrumes confits. L'ensemble est équilibré, précis, avec une belle longueur citronnée. Idéal pour des cocktails classiques (Negroni, Gin Fizz) ou en pairing avec des légumes grillés et plats végétariens.

④ Gin June Pêche 37,5°
MAISON VILLEVERT

Doux et solaire, ce gin fruité surprend par son nez expressif de pêche blanche, de fleurs et de raisin frais. En bouche, la rondeur domine, sans excès de sucre, avec une finale nette et désaltérante. À boire pur sur glace, en Spritz revisité ou avec un tonic léger pour un apéritif estival.

⑤ Citadelle Jardin d'Été 41,5°
LA MAISON DU WHISKY

Une variation joyeuse et aromatique autour du gin Citadelle. On y retrouve les classiques (genièvre, poivre, agrumes), enrichis de melon charentais, de citron, d'orange douce et de fleurs. Très parfumé, souple et vif, il accompagne à merveille un ceviche, une cuisine asiatique ou un brunch salé.



METRO,
LA LIVRAISON

Gagnez du temps et concentrez-vous sur l'essentiel : votre métier. Avec le service de livraison METRO, accédez en toute simplicité à l'ensemble de vos produits professionnels… directement à votre porte !



Chez METRO, nous savons que chaque minute compte pour les professionnels de la restauration. C'est pourquoi nous avons conçu un service de livraison pensé pour vous : commandez en quelques clics sur METRO.fr ou via l'application METRO, et faites-vous livrer plus de 7 000 références alimentaires et non alimentaires, sélectionnées par nos experts.

Notre logistique haut de gamme garantit le respect strict de la chaîne du froid grâce à des camions multitempératures, pour une livraison fiable et sécurisée, jusqu'à trois fois par semaine selon votre secteur.

Transparence des prix, suivi de commande en temps réel, conseils personnalisés et gestion simplifiée des ruptures : tout est mis en œuvre pour vous offrir une expérience fluide et efficace, et vous permettre de vous concentrer sur votre activité. Grâce à l'expertise METRO, la livraison devient un véritable atout pour votre quotidien professionnel !

Bénéficier du service de livraison en 3 étapes

1.

FAIRE MA DEMANDE EN LIGNE

Rendez-vous sur METRO.fr et remplissez le formulaire dédié à la livraison, ou contactez-nous directement par téléphone au 0825 09 09 09.

2.

UN EXPERT METRO VOUS RECONTACTE

Nous vous rappellerons dans les meilleurs délais pour déterminer vos besoins et valider votre éligibilité au service de livraison.

3.

COMMANDEZ VOS PRODUITS !

Une fois votre inscription validée, accédez à l'assortiment complet de produits livrables. Passez vos commandes en ligne ou sur l'application, organisez vos listes d'achats et profitez d'une livraison rapide, fiable et adaptée à votre rythme d'activité !



Pour aller plus loin

Pour en savoir plus sur le service de livraison METRO et commander les produits dont vous avez besoin 24h/24 et 7j/7, rendez-vous sur le site de METRO !

Scannez et retrouvez plus d'informations sur METRO.fr











Proprement incroyable.

NOS EXPERTS ONT SÉLECTIONNÉ POUR VOUS UNE GAMME DE PRODUITS D'HYGIÈNE ÉCOCERTIFIÉS. POUR PRENDRE SOIN DE L'ENVIRONNEMENT, C'EST DU PROPRE !







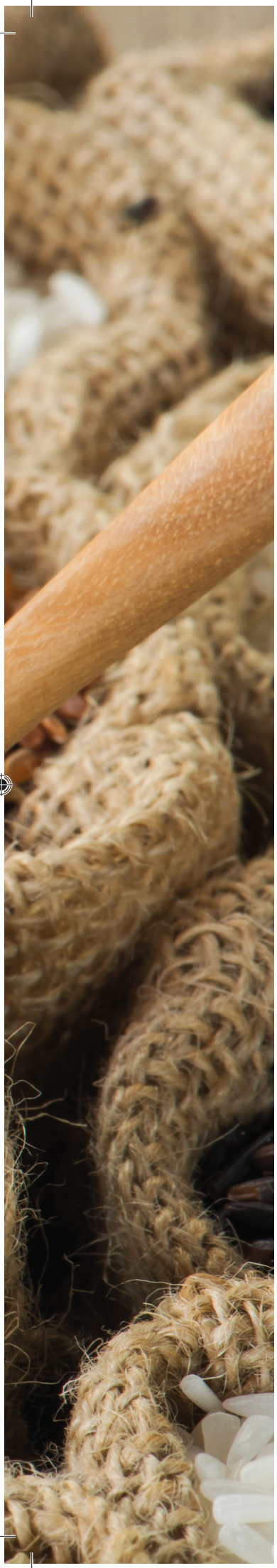
1. Liquide vaisselle main Ecolabel 5 L METRO PROFESSIONAL. Puissant pouvoir dégraissant. 98% d'ingrédients d'origine naturelle. **Réf. : 261332 – 2.** Liquide lave-vaisselle Ecolabel 10 L Solivaisselle. Dégraisse efficacement Compatible avec tous types de doseurs. **Réf. : 263538 – 3.** Liquide de rinçage Ecolabel 5 L Solivaisselle. **Réf. : 263692 – 4.** Dégraissant surpuissant écologique 5 L Solicuisine. Décolle et dissout les graisses cuites, même carbonisées, sans frotter ni gratter. Formule à la mousse active, polyvalent. Parfum citron. **Réf. : 296753 – 5.** Nettoyant multi-usages triple action menthe Ecocert 5 L Action Verte. Sans allergène, sans perturbateur endocrinien. **Réf. : 243335 – 6.** Décapant four Ecocert 1 L Action Verte. Ultra dégraissant. 99,7% des ingrédients d'origine naturelle. **Réf. : 285974 – 7.** Gel nettoyant inox Ecocert 75 cl Action Verte. Sans allergène, sans perturbateur endocrinien. Contact alimentaire, conforme à la méthode HACCP. **Réf. : 243330 8.** Lave-vitres Ecolabel 750 ml METRO PROFESSIONAL. Lavage efficace des surfaces vitrées, brillantes et stratifiées. **Réf. : 261329**

Retrouvez toute la sélection sur METRO.fr



Le riz,

Aliment universel, le riz s'invite sur toutes les tables du monde, des plus modestes aux plus raffinées. Incontournable en cuisine, il séduit par sa diversité et sa capacité à révéler les saveurs. Derrière cette simplicité se cachent une histoire millénaire et une richesse culinaire qui continue d'inspirer les chefs d'aujourd'hui !





C'est en Asie que le riz trouve ses origines, principalement en Chine centrale, où sa culture remonte à près de 7 000 ans. Les premières traces apparaissent dans la province du Hunan, dans un environnement humide et fertile, propice à la riziculture. Progressivement, la culture du riz s'étend vers l'Inde, le Japon, la Corée et l'Asie du Sud-Est, puis gagne l'Afrique de l'Ouest. Symbole de prospérité et de vie, le riz devient un aliment de base pour des milliards d'individus, au point que dans certaines cultures asiatiques, demander « as-tu mangé ton riz ? » équivaut à souhaiter bon appétit !



D'abord rapporté de Perse par les troupes d'Alexandre le Grand au IVe siècle avant notre ère, le riz mettra plusieurs siècles à s'imposer sur le Vieux Continent. Au Xe siècle, les Arabes introduisent sa culture en Espagne, puis en Italie. En France, le riz reste longtemps un produit d'importation avant de trouver sa place dans le delta du Rhône au XXe siècle. Aujourd'hui, l'Italie, l'Espagne et la France comptent parmi les principaux producteurs européens, chacun développant des usages culinaires emblématiques. Confidentielle mais patrimoniale, la production française, située en Camargue, couvre environ 30 % de la consommation nationale !

Après récolte, le riz subit plusieurs étapes d'usinage. Le riz paddy est le grain brut, encore entouré de sa balle non comestible. Une fois décortiqué, il devient riz complet, riche en fibres et nutriments grâce à son enveloppe de son. Un polissage supplémentaire donne le riz blanc, plus tendre et rapide à cuire.

Dans la cuisine contemporaine, le riz est une source d'inspiration inépuisable pour les chefs. Sa texture, sa neutralité et sa capacité à sublimer les ingrédients en font un allié de choix, aussi bien dans la haute gastronomie que dans la street food. Les grands noms de la cuisine le déclinent en risottos créatifs, en sushis d'exception, le revisitent dans des desserts raffinés… et le travaillent même en accords mets-vins ! Le riz continue ainsi d'écrire son histoire, entre tradition et innovation.



Le Congee, tendance incontournable

Cette bouillie de riz traditionnelle asiatique se fraye une place de choix sur les tables françaises. Digeste et réconfortant, le congee séduit les chefs qui le revisitent en version contemporaine et locale, avec du riz de Camargue et un bouillon de champignons agrémenté de pleurotes, gingembre frais et coriandre, ou simplement enrichi de cébettes, zestes de citron, herbes fraîches et œuf poché, s'inscrivant dans la tendance de la cuisine minimaliste et healthy.

RIZ PARFUMÉS

① Riz jasmin

Originaire de Thaïlande, le riz jasmin est un riz à grains longs au parfum floral subtil. Sa texture tendre et légèrement collante en fait l'accompagnement idéal des currys, sautés ou plats asiatiques riches en sauce.



② Riz basmati

Le riz basmati, à grains longs et fins, se distingue par son arôme de noisette et sa texture légère, non collante. Il est utilisé dans la préparation de plats indiens épicés, comme les biryanis, où les grains doivent rester séparés.

RIZ COMPLETS

③ Riz noir

Le riz noir, parfois appelé « *riz interdit* », est riche en antioxydants et possède une saveur légèrement sucrée et une texture ferme. Sa couleur unique sublime les salades et les plats végétariens.

④ Riz rouge

Le riz rouge, à l'enveloppe colorée et à la saveur de noisette, conserve une texture légèrement croquante après cuisson. Il s'utilise en salade, en accompagnement de viandes grillées ou de plats exotiques.



⑤ Riz 3 couleurs

Ce mélange associe généralement riz blanc, rouge et noir, et offre un jeu de textures, de couleurs et de saveurs. Il apporte une touche visuelle et gustative originale aux salades et plats froids !

RIZ JAPONICA

⑥ Riz sushi

Riche en amidon, le riz à sushi devient collant à la cuisson. Il est assaisonné de vinaigre et de sucre pour confectionner sushis, makis ou chirashi, base essentielle de la cuisine japonaise.

6



⑦ Riz Arborio

Le riz Arborio, à grains courts et riches en amidon, est la base du risotto italien. Il absorbe les saveurs tout en restant crémeux au cœur, parfait pour obtenir cette texture onctueuse spécifique.

7

⑧ Riz Carnaroli

Réputé pour sa tenue à la cuisson et son grain ferme, le riz Carnaroli est privilégié par les chefs pour des préparations raffinées et des risottos… très haut de gamme ! .

8

⑨ Riz dessert

Rond et riche en amidon, le riz dessert donne une texture crémeuse idéale pour les préparations sucrées comme le gâteau de riz au caramel, le riz au lait de coco et fruits frais, ou la fameuse teurgoule normande !

9

La restauration passe au vert avec METRO

À l'occasion de la Semaine du Développement Durable et en partenariat avec la Grande Semaine Végétale, METRO s'engage aux côtés des professionnels pour accompagner l'évolution des cartes vers une cuisine plus végétale, gourmande et durable.



Accompagner la transition végétale avec METRO

Convaincu que l'avenir de la restauration passe par une offre plus végétale, METRO accompagne et inspire les professionnels. L'entreprise multiplie les initiatives pour soutenir la transition des cartes pour une cuisine plus végétale, rentable. Le site *monrestaurantpasseaudurable.com* occupe une place centrale dans ce dispositif. Une nouvelle rubrique, dédiée à l'alimentation végétale, propose des recettes inspirantes, des articles sur les alternatives végétales et des conseils pratiques pour transformer son offre et répondre aux attentes d'une clientèle en quête de nouveauté et de responsabilité environnementale !

La Grande Semaine Végétale

METRO x La Grande Semaine Végétale

Du 26 septembre au 4 octobre 2025, *La Grande Semaine Végétale*, initiée par make.org, s'impose comme un temps fort, et rassemble une diversité d'acteurs autour d'un objectif commun : promouvoir une alimentation plus végétale et festive. Portée par un réseau engagé, cette initiative met en lumière ceux qui font bouger les lignes ! Pour donner un élan national à la transition végétale, METRO s'associe à *La Grande Semaine Végétale*. Cette mobilisation se traduira par des communications inspirantes avec des recettes et des offres spécifiques pendant cette opération. L'objectif : offrir une visibilité accrue à cette opération auprès des professionnels de la restauration et mobiliser l'ensemble des acteurs de la filière – fabricants, distributeurs, restaurateurs et consommateurs autour d'une alimentation plus végétale.

MON RESTAURANT PASSE AU DURABLE
› Rejoignez le mouvement !

Pour aller plus loin

Pour accompagner la transformation de votre établissement, des recettes, conseils et témoignages vous attendent sur : *monrestaurantpasseaudurable.fr*

Scannez et retrouvez plus d'informations





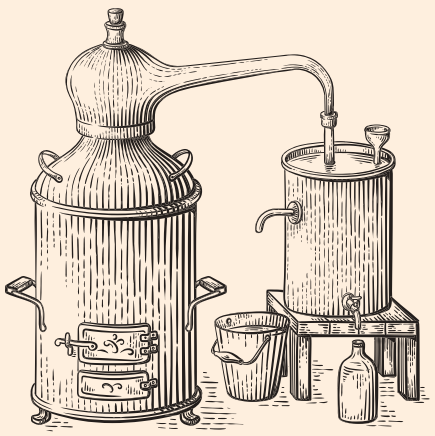
LA GAZETTE DE FERNIOT

JOURNALISTE GASTRONOMIQUE

RHUM NE S'EST PAS FAIT EN UN JOUR

L'histoire du rhum est indissociable de celle du sucre et de sa matière première : la canne à sucre. La canne, contrairement à ce que l'on pense souvent, n'est pas originaire de la Caraïbe. Cette graminée (comme l'herbe ou le bambou) provient d'Océanie où elle était mâchée par les autochtones depuis plus de 3000 ans pour en extraire le jus sucré. Se répandant d'abord en Asie du Sud-Est, elle arrive au Moyen-Orient vers 500 avant J.-C. et ce sont les Perses qui trouveront le procédé d'extraction du jus du « *roseau qui donne du miel sans le concours des abeilles* » par broyage. Le sucre naît en Perse mais ce sont les Arabes qui diffuseront la canne, et le sucre extrait, sur tout le pourtour méditerranéen jusqu'en Andalousie, à partir du VIIIe siècle. Les chevaliers chrétiens en assureront la deuxième vague d'expansion en le rapportant des croisades. Le sucre de canne gagnera ensuite l'occident à partir du Moyen-Âge.





Mais c'est la troisième vague et son implantation en Amérique latine en passant par la Caraïbe, qui sera à l'origine du rhum. Christophe Colomb introduit les premières cannes à sucre à Hispaniola (Saint-Domingue) en 1493 ou elle prend le nom de Canne Créole. La même année, il les implante sur l'île de Karukera qui prend par la suite le nom de Guadeloupe en hommage à Notre-Dame de Guadalupe, la vierge protectrice des marins, lorsqu'il en prend possession pour la couronne d'Espagne.

La culture de la canne s'étend rapidement dans toute l'Amérique latine jusqu'au Pérou et donnera lieu à une véritable guerre du sucre entre les grandes nations commerciales colonisatrices : Espagne, Portugal, Hollande, Angleterre et France. Parallèlement au développement de la production sucrière, les colons notent que la mélasse fermentée produit un vin de mélasse qu'ils vont très vite distiller selon les techniques perfectionnées par les moines du vieux continent.

Le rhum est né et se nomme encore Guildive (francisation de « *Kill-Devil* », la boisson qui « *tue le diable* ») ou *Tafia* (mot d'origine africaine que lui donnent les esclaves). Sa réputation sulfureuse tient aux effets liés à l'abus de cette eau-de-vie (ou de mort) par la flibuste et la piraterie des Caraïbes dont elle devient un emblème. Mais aussi à la somme de souffrances qui s'y rattachent, car la production de rhum est intimement liée à l'esclavage dans les Caraïbes et en Amérique. Le rhum devient un produit d'échange. Les colons paient le sucre, le coton et le café américain en esclaves envoyés dans les plantations du sud. Ces esclaves ont été achetés aux marchands d'esclaves avec du rhum produit par d'autres esclaves dans les îles.

Le travail des esclaves paye l'achat d'esclaves, cruelle « *économie circulaire* ». Il faut attendre la deuxième moitié du XIXe siècle et l'abolition de l'esclavage (1848 en France) pour que le rhum se départisse peu à peu de sa mauvaise réputation. C'est à cette époque, vers 1870, que sera inventé en Martinique le Rhum Agricole (voir Les mots du rhum) et que se structure l'industrie du rhum dans l'Océan Indien, autour de l'île Bourbon (aujourd'hui La Réunion) où les colons français ont implanté la canne à sucre venue d'Inde et de Madagascar depuis le XVIIe siècle.

De nos jours, La Réunion, longtemps dédiée au rhum industriel, redevient, largement grâce au savoir-faire venu des Antilles, un deuxième terroir français de rhums de qualité. Une niche qui fait la fierté de nos Outre-mer dans un marché mondial largement dominé en volume par le rhum industriel souvent de piètre qualité.

C'EST QUOI LE RHUM ?

Le rhum est une eau-de-vie issue de la canne à sucre. Son nom anglais de rum est utilisé dès le XVIIe siècle et provient du mot ancien rumbullion qui signifie tapage, vacarme (probablement les effets produits par les excès de cette boisson). Ce mot sera traduit en ron dans les pays hispanophones et rhum chez les francophones. Comme les eaux-de-vie de raisins (cognac, armagnac), de fruits (kirsch, prune, calvados…) ou de grain (whisky, gin, bourbon), le rhum au sortir de l'alambic est incolore et limpide, on le dit blanc. Le rhum blanc est donc un rhum embouteillé à la sortie de l'alambic (ou conservé dans des cuves de métal) alors qu'un rhum « *vieux* » passe lui dans des fûts de bois. C'est ce passage plus ou moins prolongé dans des fûts de bois neufs ou usagés (en général du chêne), qui lui confère ses teintes dorées à ambré profond, voire sombres et des arômes qui se bonifient avec le temps. En tout cas pour les bons rhums qui n'emploient pas de caramel pour teinter « *d'ancienneté de façade* » leurs rhums comme dans certaines pratiques industrielles.

POUR S'Y RETROUVER TÂCHONS DE COMPRENDRE LES DIFFÉRENTES MENTIONS PORTÉES SUR LES ÉTIQUETTES DES BOUTEILLES :

Rhum ambré, Gold ou Golden rum :
un rhum légèrement coloré passé brièvement en fût de chêne ou teinté au caramel (interdit dans nos rhums agricoles).

Rhum vieux :
en France c'est un rhum qui a séjourné au moins 3 ans en fût. 4 ans pour un VSOP et 6 ans pour XO (Extra Old).

Un millésime :
indique (comme pour le vin ou le cognac) l'année de distillation et de récolte de l'ensemble du lot, pas celui de la mise en bouteille. Comme toute eau-de-vie, le rhum ne vieillit pratiquement plus une fois embouteillé.

La mention de l'âge :
exprimé en années (6, 10, 20 ans) indique que c'est un rhum d'assemblage et que l'âge mentionné est celui du plus ancien rhum entrant dans l'assemblage qui se compose avant l'embouteillage.

La mention « Solera » :
indique une méthode différente d'assemblage dans le temps, pratiquée dans les zones hispaniques. Les fûts des plus jeunes aux plus vieux sont dégustés chaque année et assemblés pour garder un profil équilibré et un « *goût maison* » au fil du temps jusqu'à la mise en bouteille.



POUR EN APPRENDRE PLUS

Rhum, et autres spiritueux de canne à sucre
Cyrille Mald
(Hachette Pratique)

Un Rhum averti en vaut deux ! Les 200 références de rhum à connaître
Jerry Gitany & Christian de Montaguère
(Larousse)

Atlas du Rhum Distilleries de Caraïbes et Dégustation
Luca Gargano
(Flammarion)
À signaler que Luca Gargano a été le Directeur Général de la célèbre Maison italienne Vélier, qui embouteille sous sa marque les meilleurs rhums achetés « sur fût » dans le monde entier.

151 Rhums Mon tour du monde des bouteilles à goûter absolument
Alexandre Vinglier
(Dunod)

Rumporter
Le Magazine de la Culture Rhum
Papier ou digital
(www rumporter.com)

LES GRANDS Rhums

Par pur chauvinisme et aussi par goût aussi j'entame cette liste par les rhums français dont la spécialité est le rhum agricole (apparu au XIXe siècle dans les Antilles françaises). Mais sachez tout de même que ce rhum issu du pur jus de canne, ne représente que moins de 5% de la production mondiale. Plus de 95% du rhum distillé utilise comme matière première la mélasse, un sirop épais résidu du raffinage du sucre, et d'autres sous-produits de l'industrie sucrière. Comme toujours, pour les productions agricoles de toutes natures, c'est la Chine le premier producteur mondial de rhum industriel, talonnée et cela, c'est moins courant, par les États-Unis.

MEILLEURES MARQUES & DISTILLERIES

- **Guadeloupe :** Bologne, Damoiseau, Karukera, Longueteau, Domaine de Séverin
- **Guyane :** La Belle Cabresse, La Cayennaise
- **Marie-Galante :** Bielle, Domaine de Bellevue, Père Labat
- **Martinique (AOC) :** Bally, Clément, Depaz, Dillon, Duquesne, JM, HSE, La Mauny, Neisson, Saint-James, Trois Rivières
- **La Réunion :** Isautier, Rivière-du-Mât, Savanna
- **La Barbade :** Cockspur, Foursquare, Mount Gay, St. Nicholas Abbey
- **Bélize :** Copalli Barrell
- **Brésil :** (Cachaça de prestige) Oronoco Rum, Leblon Cachaça
- **Colombie :** El Amparo, Dictador
- **Costa-Rica :** Ron Centenario
- **Équateur :** Zhumir Canuto
- **États-Unis :** Richland Estate (Géorgie), Swamp Fox (Caroline du Sud)
- **Guatemala :** Ron Botran, Zacapa
- **Haïti :** Barbancourt, Casimir
- **Jamaïque :** Appleton Estate, Clarendon, Worthy Park, Xaymaca
- **Nicaragua :** Flor de Caña
- **Panama :** Ron Abuelo, Pedro Mandinga
- **Pérou :** Cartavio
- **Porto Rico :** Don Q, Ron del Barrilito, Serralès
- **République Dominicaine :** Brugal, Bacoo Rum, Ron Barceló
- **Salvador :** Ron Chihuatán
- **Venezuela :** Ron Carúpano, Diplomático, Ron Santa Teresa, Ron Calazan

LES MOTS FRANÇAIS DU RHUM

AGRICOLE : le rhum agricole (AOC en Martinique) est une spécificité antillaise française qui s'est étendue à La Réunion et à d'autres pays. Cela désigne un rhum issu du jus frais de la canne à sucre, contrairement au rhum de mélasse ou « *traditionnel* » issu lui des sous-produits de l'industrie sucrière. Le rhum agricole possède un profil aromatique plus fin, floral, végétal et épicé quand les rhums de mélasse ont des arômes plus ronds, vanillés, fruités, tropicaux voire exubérants.

BAGASSE : c'est le résidu sec des cannes à sucre après broyage à la presse pour en extraire le jus sucré.

BRUT DE FÛT (OU CASK STRENGTH): cela signifie (pour toutes les eaux-de-vie également) que le rhum est embouteillé à sa sortie du fût sans ajout d'eau pure. On « *réduit* » à l'eau la majorité des eaux-de-vie qui sortent du fût (ou de l'alambic) entre 50° et 75° d'alcool, pour les amener autour de 45° en général dans la bouteille.

CANNE BLEUE : variété ancienne de canne à sucre, à rendement réduit mais profil aromatique très expressif. Elle témoigne de l'engagement des distilleries qui l'utilisent pour défendre l'exploitation artisanale face à la grosse industrie. C'est un peu la « *Canne Grand Cru* ». Des dizaines d'autres variétés anciennes ou de cultivars sont utilisées pour produire le rhum (canne jaune, canne rouge, canne noire, canne cristal, canne Bourbon (à La Réunion), …)

CACHAÇA : eau-de-vie blanche de canne, brésilienne. Elle se rapproche par son profil du rhum blanc agricole, étant comme lui distillé à partir du jus de canne frais.

CARAMEL : issu de la cuisson du sucre, sert de colorants aux rhums industriels ambrés ou vieux. On peut dès lors y voir figurer la mention « *dark rum* » ou « *gold rum* » sans qu'il y ait eu de vieillissement effectif en fût. Le caramel est en revanche interdit dans les rhums agricoles dont la couleur doit provenir de leur seul passage sous bois.

COLONNE CRÉOLE : type d'alambic utilisé pour la distillation dite continue notamment pour les rhums agricoles. La colonne mesure 6 m à 12 m de haut et peut aller jusqu'à 15 m.

HABITATION : sur les étiquettes ce mot désigne un domaine agricole dans les Antilles françaises. Il s'apparente ailleurs au terme « *plantation* ».

MÉLASSE : sirop visqueux, sombre et parfumé. Résidu de la fabrication du sucre de canne. Il est chargé de sucre mais ne cristallise pas ce qui en fait la matière première de la majorité des rhums du monde.

RHUM ARRANGÉ : boisson faite de macération de fruits et d'épices dans le rhum. On raconte que cette boisson est née de l'habitude des marins en escale à La Réunion de conserver dans l'alcool les fruits achetés sur place pour le long voyage qui les menait vers l'Asie ou au-delà.

VESOU : mot employé dans les Antilles françaises pour désigner le jus de canne à sucre juste pressé, avant fermentation ou cuisson.

Ananas rôtis à la vanille et au rhum



Pour 6 personnes

Difficulté niveau 2

Ingrédients

- 1 ananas
- 75 g de sucre de canne roux
- 1 banane mûre
- 15 g de gingembre frais
- 2 gousses de vanille
- 3 cl de rhum blanc (ou de Cachaça)
- 1 citron vert lavé
- 1 pointe de couteau de piment de Cayenne

PRÉPARATION

1 Peler le gingembre et le râper. Dans une casserole sur feu doux, faire fondre le sucre avec une cuillérée d'eau. Ajouter le gingembre râpé et les gousses de vanille fendues en deux et grattées au couteau.

2 Presser le citron vert. Éplucher les ananas (laisser les feuilles si elles sont bien vertes pour le décor). Ôter tous les « *yeux* » avec la pointe d'un couteau. Récupérer le jus. Couper l'ananas en deux dans la hauteur.

3 Posez les deux demi-ananas dans un plat ou une cocotte (pas trop grande pour que l'ananas puisse baigner dans le sirop), puis découper les gousses de vanille en petits tronçons de 2 cm environ. Piquer le dessus des demi-ananas avec, dans les trous, à la manière d'un porc-épic.

4 Préchauffer le four à 180 °C. Quand le sucre s'est dissous dans la casserole ajoutez 5 cl d'eau, le jus récupéré de l'ananas et le rhum. Laisser réduire un peu.

5 Bien écraser la banane à la fourchette et l'ajouter au sirop. Ajouter ensuite le jus d'un demi-citron vert et son zeste râpé, puis terminer avec le piment. Mixer au mixeur plongeant.

6 Arroser l'ananas avec ce « *sirop-marmelade* » et enfourner 45 minutes environ. Arroser toutes les 10 minutes et vérifier qu'il reste toujours du sirop dans le récipient (au besoin ajouter un peu d'eau). Sortir le plat du four.

7 Récupérer le sirop, ajouter une cuillerée de rhum, le jus du demi-citron vert restant. Le reverser dans la casserole et donner une minute d'ébullition. Laisser pendant ce temps l'ananas cuit dans le four éteint.

8 Servir l'ananas coupé en 6 quartiers, nappé de son sirop (et avec une boule de sorbet coco c'est encore mieux).

Retrouvez les recettes de **Vincent Ferniot en vidéo sur Instagram**

Gâteau basque, à la crème vanille-rhum



Pour 8 à 10 personnes

Difficulté niveau 3

Ingrédients

LA PÂTE :

- 120 g de beurre
- 130 g de sucre roux
- 1 œuf
- 2 jaunes d'œuf
- 190 g de farine
- ½ sachet de levure chimique
- 1 g de sel

LA CRÈME :

- 10 cl de lait
- 50 g de sucre
- 1 jaune d'œuf
- 15 g de maïzena
- 20 g de beurre
- 25 g de poudre d'amande
- 1 gousse de vanille
- 1 cl de rhum vieux

PRÉPARATION

1 Bien mélanger le beurre à température de la pièce avec le sucre roux et le sel. Ajouter l'œuf et un jaune d'œuf.

2 Finir en incorporant délicatement la farine et la levure chimique préalablement tamisées. Stocker 24 h au froid et étaler la pâte à 4 mm d'épaisseur.

3 Mélanger au fouet la maïzena avec le sucre et le jaune d'œuf. Fendre la gousse de vanille et gratter la pulpe avec la pointe d'un couteau. Verser le lait dans une casserole et le porter à ébullition avec la gousse et la pulpe.

4 Retirer du feu dès ébullition et verser en filet sur le mélange sucre, jaune d'œuf et maïzena en incorporant au fouet. Reverser le tout dans la casserole et recuire jusqu'au premier bouillon. Ajouter le beurre, le rhum et terminer en ajoutant la poudre d'amande en mélangeant bien.

5 Abaisser la pâte (à 1 cm d'épaisseur) environ. Tailler deux disques en vous servant d'un moule à manqué en métal de 24 à 26 cm de diamètre, comme gabarit. Celui du couvercle à la taille du moule et celui du fond dépassant du moule de 3 cm (largeur de deux doigts).

6 Préchauffer le four à 160 °C. Déposer le fond dans le moule, foncer et monter sur les bords. Égaliser le rebord au couteau et ajouter la crème un peu refroidie dans le fond. Refermer le gâteau basque avec le couvercle de pâte.

7 Délayer le jaune d'œuf avec le lait, au pinceau, dorer et rayer le dessus à la fourchette. Enfourner et laisser cuire 50 minutes à 160 °C. Démouler et déguster une fois refroidi.



METRO :
UN ENGAGEMENT CONCRET AUX CÔTÉS DE *TOUT LE MONDE CONTRE LE CANCER*

Tout au long de l'année, METRO soutient l'association *Tout le Monde contre le Cancer* dans sa mission : apporter du réconfort aux enfants malades, à leurs familles et aux soignants. Ce partenariat structurant se traduit par une dizaine d'actions concrètes et festives, où la gastronomie devient à la fois un vecteur de lien social et un moment de répit.





TOUT LE MONDE CONTRE LE CANCER



©Valeria Quinci



©Vincent Nageotte

METRO et l'association collaborent depuis plusieurs années à la mise en place de restaurants éphémères au sein des grands évènements culinaires. À *Taste of Paris*, festival qui a accueilli 31 000 Foodlovers cette année, quatre chefs bénévoles (Gianni Spadafora pour Philippe Conticini, Justine Piluso, Eric Ticana, la Maison Verot avec Gilles et Nicolas Vérot) ont animé le stand Les halles METRO & *Tout le Monde contre le Cancer*, avec 6 547 plats servis en quatre jours et 35 600 € reversés à l'association. Une visibilité exceptionnelle, appuyée par une communication ciblée, qui valorise l'engagement des équipes.

Même dynamique au *Lyon Street Food Festival*, le plus grand événement du genre en France. METRO y a renouvelé pour la troisième année consécutive son restaurant éphémère solidaire, avec le concept « *1 jour, 1 chef* », et des recettes intégralement reversées à l'association. Au programme : streetfood, musique, le tout dans une ambiance festive et bon enfant.

Autre moment phare : les *Vendanges de Montmartre*, où METRO fournit les marchandises pour l'aligot-saucisse, plat emblématique de l'événement. Les fonds récoltés sont, là encore, intégralement reversés à l'association.





Toques en Truck : la tournée gourmande à l'hôpital

Initiée par l'association, la tournée Toques en Truck transforme les hôpitaux en lieux de fête. Avec son food truck itinérant, elle sillonne la France pour proposer des repas cuisinés sur place aux enfants hospitalisés et à leurs proches. METRO y apporte un soutien logistique déterminant : fourniture de denrées, mise à disposition de cuisines dans ses halles, mobilisation des chefs. Une opération portée par l'énergie du partage et la puissance du collectif.

Des initiatives pour soutenir les familles et les soignants

En tant que parrain fidèle de l'association, METRO accompagne *Tout le Monde contre le Cancer* dans plusieurs actions menées tout au long de l'année. Parmi elles, la Galette des Reines offre aux soignants une parenthèse de bien-être avec sophrologie, massages, ateliers d'écriture et déjeuner convivial. Dans les hôpitaux, les Rendez-vous des Toqués prolongent l'esprit de Toques en Truck : chaque mois, un chef vient cuisiner un brunch pour les soignants et animer des ateliers de pâtisserie pour les enfants.

Créer des bulles de répit loin du quotidien hospitalier

D'autres initiatives soutenues par METRO visent à apporter réconfort



et répit aux familles. Même pas mal, une boîte à malice distribuée dans les services, aide les enfants à surmonter la douleur par le jeu. Avec les Escales, l'association organise des séjours entièrement pris en charge, loin de l'hôpital, pour permettre aux familles de se retrouver. Enfin, l'Échappée Rose, institut de bien-être itinérant, propose des soins socioesthétiques gratuits pour les patients, leurs proches et les soignants, afin de leur offrir un moment de détente et de réappropriation de soi.

D'autres temps forts pour récolter des fonds

Au-delà du terrain, METRO soutient également les grandes opérations de collecte de l'association, comme le Gala de Noël, qui réunit 2 000 enfants, familles et soignants autour d'un concert magique, ou encore le Gala "*Tous les talents chantent contre le cancer*", compétition musicale interentreprises qui célèbre l'engagement solidaire. Enfin, chaque fin d'année, l'opération 100 Noëls dans 100 hôpitaux ramène la magie des fêtes dans les chambres d'enfants. Grâce à l'implication de METRO, l'association organise des dizaines de fêtes avec animations, maquillage, spectacles et surprises, pour que Noël reste un moment d'émerveillement, même à l'hôpital.

Par son partenariat fidèle avec *Tout le Monde contre le Cancer*, METRO, véritable ange gardien démontre que son action ne s'arrête pas aux portes de ses halles. En s'associant à des projets solidaires ambitieux, en mettant à disposition ses ressources, ses équipes et son expertise, l'enseigne incarne une vision engagée de son rôle dans la société. Une démarche résolument humaine, ancrée dans les territoires, où gastronomie, soin et générosité se conjuguent pour faire une vraie différence. ■

Rejoignez l'association *Tout le Monde contre le Cancer* ou faites un don

Envie d'envoyer un don, scannez ce QR code

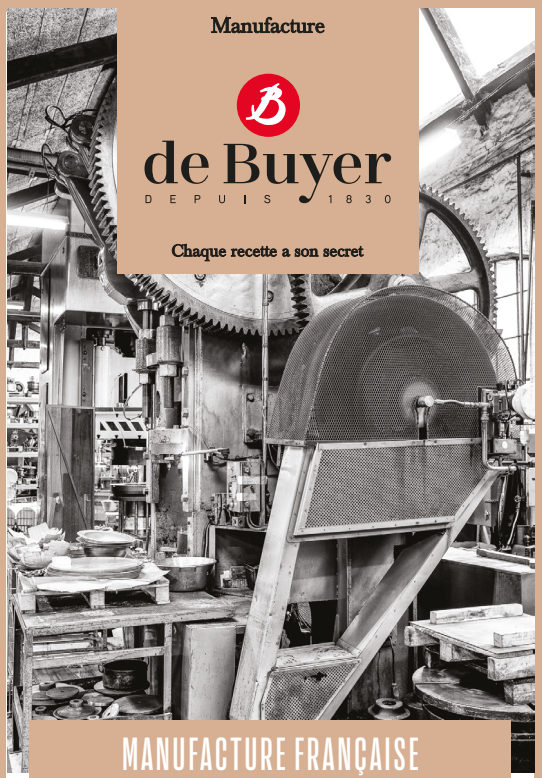
Prêt à donner de votre temps et devenir bénévole, scannez ce QR code.

Manufacture

de Buyer

DEPUIS 1830

Chaque recette a son secret



MANUFACTURE FRANÇAISE D'USTENSILES DE CUISINE ET PÂTISSERIE

Depuis 1830, nous concevons, fabriquons, sur notre site de 22.000m2 au Val d'Ajol, dans les Vosges, **plus de 2500 ustensiles de cuisine et pâtisserie.**
Nous échangeons continuellement avec les Chefs pour trouver des solutions innovantes et répondre avec précision à leurs attentes.
Des produits de qualité, durables et ingénieux en découlent, pour le plus grand plaisir de la profession à travers le monde, **dans plus de 90 pays.**

EPV

ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT

Labellisé par l'état Français **« Entreprise du Patrimoine Vivant »,** nous avons conservé notre âme d'artisan, sa rigueur et son goût du travail bien fait, précis. Nous militons pour une consommation responsable et éclairée : nos produits sont faits pour durer.

ENGAGÉ RSE
MODÈLE AFAQ 26000
Exemplaire ★★★
AFNOR CERTIFICATION

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

Nous favorisons des processus de fabrication vertueux pour l'environnement et portons attention au bien-être de nos collaborateurs; nous sommes ainsi la première entreprise du secteur culinaire évaluée par l'AFNOR « **engagé RSE** niveau **EXEMPLAIRE**».



www.debuyer.com



LA POÊLE EN ACIER

MADE IN FRANCE

Pour Saisir, Griller, Dorer. La Clé du Goût !

L'acier, naturellement sans revêtement, caramélise en surface les sucs naturels des aliments et conserve leur moelleux à l'intérieur.

- En tôle d'acier épais, Carbone Plus est inusable et robuste; elle convient pour toute les sources de chaleur sans déformation.
- La queue en acier feuillard rivetée est indémanchable, sa courbure à la française permet une manipulation facile et une préhension ergonomique.
- Au fur et à mesure des utilisations, la poêle se culotte et devient naturellement antiadhérente. La cuisson dans une poêle en acier culottée nécessite peu de matière grasse.
- La gamme CARBONE PLUS est disponible en poêles à frire rondes, poêle ovale et poêles à crêpes.



LE CHOC DE BUYER

MADE IN FRANCE

La poêle anti-adhésive Pour cuisiner délicatement les aliments, parfaite pour mijoter, réchauffer des plats pré-cuisinés, lier les sauces, Pour saisir, dorer, griller, privilégiez une poêle en acier.

- Qualité PRO
- Revêtement anti-adhésif multicouche très résistant
- Queue de couleur rivetée en acier feuillard - Spécial HACCP
- Respect du goût de chaque aliment & sécurité alimentaire
- Tous feux excepté induction





METRO en ligne

À travers des sites web dédiés à l'univers de la cuisine, METRO met en lumière les producteurs locaux, des savoir-faire uniques et des démarches engagées pour répondre aux besoins d'une clientèle exigeante.



« Toque Toque », nouveaux épisodes

Immersion dans les parcours atypiques de Frédéric Simonin et Enrique Casarrubias. Avec le podcast « *Toque Toque* », les chefs nous racontent leur histoire et partagent leur passion. Des témoignages précieux et des histoires personnelles singulières… qui mettent l'eau à la bouche.



Café x Fromage

Nouvelle collaboration entre la MOF fromagère Laetitia Gaborit et le mixologue champion du monde Victor Delpierre, avec l'association improbable du Roquefort et de l'Espresso ! Un accord étonnant café-fromage chère à notre gastronomie française.



Un guide complet pour maîtriser ses dépenses

Face à la pression des coûts et aux exigences accrues des clients, la rentabilité des restaurants est mise à rude épreuve. Ce guide METRO propose des méthodes concrètes pour optimiser les dépenses, surveiller les bons indicateurs et renforcer les marges… tout en simplifiant la gestion quotidienne des établissements !



Quoi de neuf côté produits de la mer ?

Entre les clients qui s'engagent pour la préservation des océans, les conserves plus désirables que jamais et les charcuteries de poisson toujours plus audacieuses au restaurant ? METRO fait le point sur les tendances produits de la mer.

MAIS AUSSI…



La recette de riz au lait vegan du chef Wilfried Romain

Quoi de neuf sur les réseaux ?

Quand les réseaux sociaux viennent stimuler la créativité ! Parmi les passionnés et les professionnels des fourneaux, 15h30 sélectionne les comptes les plus inspirants.

Les dénicheurs de nouvelles adresses



Découvreur
@bouffe2lolo

Lolo sillonne Paris et la France à la recherche de pépites gourmandes, des bistrots de quartier aux tables branchées ! Son œil affûté et ses photos généreuses donnent envie de tout goûter, avec une attention particulière pour les adresses conviviales et les assiettes réconfortantes.



Curieux
@paname_in_my_belly

Passionné par la scène food parisienne, cet explorateur partage ses trouvailles, des coffee shops cosy aux restaurants tendance. Son feed coloré met en avant la diversité culinaire de la capitale, avec des recommandations pour tous les goûts… et budgets.



Légende
@francoissimon

Critique gastronomique reconnu (et toujours anonyme !), François Simon dévoile ses adresses favorites avec élégance et précision. Entre institutions et découvertes, il livre des chroniques pointues, avec une touche d'humour et un regard unique sur la restauration.



Végé
@gastro_no_meat

Un compte qui met à l'honneur la cuisine végétarienne et vegan, et déniche des adresses innovantes et gourmandes. Recettes, restaurants et épiceries sont sélectionnés pour leur créativité et leur engagement, prouvant que le végétal rime avec plaisir !



Épicurien
@hungryconsti

Constance Lasserre se décrit comme "*gourmande professionnelle*" ! Elle partage ses coups de cœur, avec un ton enthousiaste et des photos appétissantes qui invitent à la découverte, et une prédilection pour les expériences authentiques.



Sélectif
@leparisdalexis

Alexis explore Paris à la recherche de pépites à manger et à boire. Il propose une sélection pointue de restaurants, bars et épiceries, avec des descriptions détaillées et des conseils avisés pour vivre le meilleur de la gastronomie parisienne !



Le soufflé

Symbole d'élégance et de technique culinaire, le soufflé incarne la quintessence de la cuisine française, entre tradition et créativité. Plat de chef par excellence, il séduit par sa légèreté aérienne et sa capacité à se réinventer au fil des époques… s'il ne retombe pas !

Histoire

L'origine du soufflé remonte à la France du XVIIIe siècle, où l'on retrouve les premières mentions de « *crème soufflée* » dans les ouvrages de François Massialot et Menon, en référence à sa texture gonflée. Si plusieurs chefs ont contribué à son développement, Antoine Beauvilliers, ancien chef de Louis XIV et fondateur du premier grand restaurant parisien, est souvent cité comme l'inventeur du soufflé moderne, avec la publication de ses recettes dans *L'art du cuisinier* en… 1814 ! Au XIXe siècle, le soufflé gagne ses lettres de noblesse grâce à André Viard et Antonin Carême, qui en proposent des variantes sucrées et salées. Il s'impose alors dans les restaurants parisiens, servi aussi bien en entrée ou plat principal qu'en dessert.

Caractéristiques

Emblème de la version salée, le soufflé au fromage repose sur une base de béchamel enrichie de jaunes d'œufs et de fromage râpé, traditionnellement du gruyère ou de l'emmental. Les blancs d'œufs montés en neige sont incorporés délicatement à l'appareil pour apporter volume et légèreté. La cuisson nécessite un moule généreusement beurré chemisé de fromage, secret qui permet au soufflé de monter et de former une croûte dorée. Sa réussite tient à la précision du geste et au respect du service immédiat : gare à ce qu'il ne retombe pas une fois servi !

Renouveau

Aujourd'hui, le soufflé connaît un renouveau sous l'impulsion de chefs qui osent la créativité. Les déclinaisons se multiplient : soufflés aux légumes de saison, aux fromages locaux, au chocolat, mais aussi versions véganes où les blancs d'œufs sont remplacés par des alternatives végétales. Côté sucré, le soufflé s'ouvre à des parfums exotiques ou régionaux, du yuzu au caramel beurre salé, fusionnant influences du monde et tradition française… L'esprit du soufflé, fondé sur la légèreté et l'éphémère, inspire également la cuisine contemporaine à travers les espumas et mousses, témoignant de sa capacité à traverser les siècles et à s'adapter aux tendances d'aujourd'hui.

PARMIGIANO REGGIANO
24 MOIS D'AFFINAGE

LE PARMIGIANO REGGIANO C'EST:

- 100% D'INGRÈDIENTS D'ORIGINE NATURELLE
- SOURCE DE CALCIUM ET DE PHOSPHORE*
- NATURELLEMENT SANS LACTOSE*

PARMIGIANO REGGIANO
PLUS DE
24
MOIS
ÉQUILIBRÉ



"Le Parmigiano Reggiano est naturellement sans lactose. L'absence de lactose est la conséquence naturelle du processus typique de la fabrication du Parmigiano Reggiano. Il contient du galactose en quantité inférieure à 0,01g/100g. Une portion de 25 g de Parmigiano Reggiano contient respectivement 36% et 24% de la valeur journalièrede référence de calcium et de phosphore pour un adulte qui suit un régime sain et équilibré de 2.000 kcal".

PARMIGIANO REGGIANO

Le *véritable* Parmesan.

Retrouvez votre Parmigiano Reggiano dans vos Halles METRO

La pince de précision pour le dressage

Outil incontournable des plans de travail des chefs, la pince de précision s'impose aujourd'hui comme le prolongement naturel de la main lors du dressage. Fine, élégante et efficace, elle permet de sublimer chaque assiette dans les moindres détails.

Longtemps réservée aux labos scientifiques ou à la chirurgie, c'est au début des années 2000 que la pince de précision fait son entrée remarquée dans l'univers de la gastronomie. Son adoption par les chefs, d'abord dans les cuisines japonaises puis dans la haute cuisine occidentale, répond à une exigence croissante de minutie et d'esthétisme. Grâce à cet ustensile, il devient possible de déposer avec délicatesse une herbe, une fleur ou un grain de caviar, d'ajuster la position d'un élément ou de corriger le moindre détail. La pince de précision est aujourd'hui le symbole d'une cuisine où chaque geste compte… et où le dressage devient un art à part entière.

La majorité des pinces de précision destinées à la cuisine sont fabriquées en acier inoxydable, qui leur garantit hygiène, robustesse et facilité d'entretien. Certaines marques proposent des modèles en titane, plus légers et résistants à la corrosion, idéaux pour un usage intensif. Les poignées peuvent être texturées ou recouvertes d'un revêtement antidérapant pour un meilleur confort et une prise en main optimale, même en milieu humide.

Plus qu'un simple accessoire, la pince de précision incarne une certaine quête de perfection. Elle accompagne la créativité et la rigueur des chefs, et transforme chaque assiette en œuvre d'art. Discrète, mais essentielle.





Saumon à bosse d'Alaska :

DE NOMBREUSES POSSIBILITÉS POUR LE COMMERCE ET LA RESTAURATION

En 2025, le saumon rose à bosse, également connu sous le nom de pink, fait l'objet d'une attention accrue. Avec une prévision de 29 millions de poissons, il offre une disponibilité stable et un excellent rapport qualité-prix. Son arôme doux, ses multiples possibilités d'utilisation et sa durabilité certifiée en font un choix attrayant pour la transformation, le commerce de détail et la restauration.



QUANTITÉS CAPTURÉES

(EN MILLIONS DE POISSONS)



2024



2025

*Quantité prévue

Utiliser le potentiel

Le saumon rose est l'espèce de saumon sauvage la plus abondante en Alaska. Il se caractérise par sa chair rose clair, sa tendreté et sa saveur délicate. Sa teneur en matières grasses est faible à moyenne et allie plaisir et santé, répondant parfaitement aux besoins des consommateurs modernes.

Qualité et fiabilité de l'Alaska

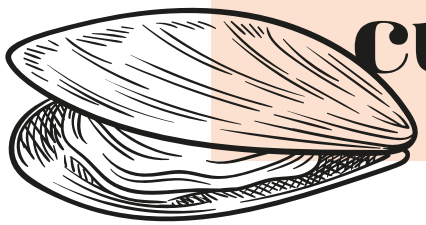
L'Alaska est la référence mondiale en matière de pêche responsable. Des quotas de pêche stricts, des méthodes préservant les ressources et une traçabilité sans faille garantissent une qualité supérieure. Les entreprises qui attachent de l'importance à l'approvisionnement durable trouveront en Alaska un partenaire à l'épreuve du temps.

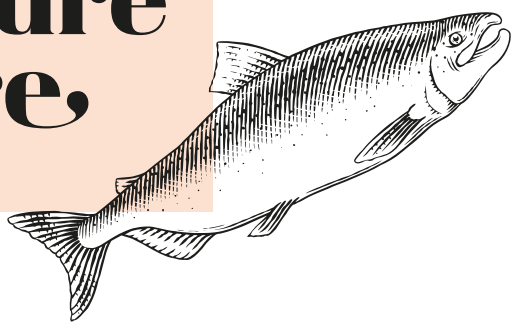
ALASKA SEAFOOD®

Sauvage, Naturel & Durable®

Pour en savoir plus, rendez-vous sur
fr.alaskaseafood.eu

Testez votre culture culinaire





1 **Quel poisson, très prisé des chefs japonais, est également l'un des plus toxiques au monde s'il est mal préparé ?**

- (A) Le fugu
- (B) Le bar
- (C) Le flétan
- (D) L'espadon

2 **Quelle algue rouge est couramment utilisée pour sa capacité à gélifier les liquides, notamment dans la cuisine végétarienne ?**

- (A) Nori
- (B) Spiruline
- (C) Dulse
- (D) Agar-agar

3 **Quelle différence y-a-t-il entre une moule de corde et une moule de bouchot ?**

- (A) La moule de corde est plus iodée, plus colorée et plus grande
- (B) La moule de corde se pêche à la ligne
- (C) La moule de bouchot se marie plus facilement avec le cidre bouché
- (D) Il n'y a pas de différences

4 **Quel aliment sec, surnommé « pain de guerre », a longtemps constitué la base de l'alimentation des marins lors des longues traversées ?**

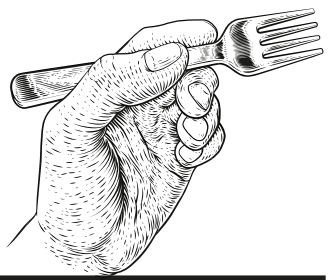
- (A) Le biscuit de mer
- (B) Le pain azyme
- (C) Le cracker suédois
- (D) Le pain polaire

5 **Quel poisson est connu pour changer de sexe au cours de sa vie, passant de femelle à mâle ?**

- (A) Le mérou
- (B) Le bar
- (C) Le cabillaud
- (D) La daurade

6 **Quelle est la consommation moyenne de poisson par habitant en France ?**

- (A) 4,2 kg par an
- (B) 22,8 kg par an
- (C) 33,5 kg par an
- (D) 34 kg par an



RÉPONSES

1.A : Le fugu. Sa préparation est strictement encadrée au Japon, car ses organes contiennent une neurotoxine mortelle. **2.D : Agar-agar.** Cette algue rouge est utilisée comme gélifiant naturel, notamment dans les confitures et les entremets. **3.A :** Élevée en mer sur des cordes appelées filières, **la moule de corde** est plus grosse et plus colorée que **la moule de bouchot**. Elle possède également un goût iodé très prononcé. **4. A : Le biscuit de mer.** Composé de farine, d'eau et de levain, ce pain sec très dur était cuit longuement pour assurer une conservation optimale lors des longues traversées maritimes. **5.A : Le mérou.** Ce poisson hermaphrodite commence sa vie en tant que femelle et devient mâle en grandissant. **6.D :** En France, la consommation moyenne de poisson par habitant est d'environ **34 kg par an**, ce qui place le pays parmi les plus grands consommateurs européens de produits de la mer.