INFORMATION PRESSE, LE 21 MAI 2025

CONCOURS MR.GOODFISH 2025
LES HALLES METRO FELICITENT LES TALENTS DE LA GASTRONOMIE DURABLE

En tant que partenaire engagé pour une gastronomie responsable, les Halles METRO félicitent les lauréats de la 2e édition du concours de cuisine Mr.Goodfish, dont la grande finale s'est tenue ce 21 mai 2025 à Nausicaá, Centre National de la Mer à Boulogne-sur-Mer. Organisé sous le haut patronage de ***Michel Roth et Arnaud Vanhamme,*** *ce concours met à l'honneur les cuisiniers professionnels et apprenants qui œuvrent pour une cuisine engagée, à base de produits de la mer durables, de saison et respectueux des ressources.*

DES FINALISTES PASSIONNES ET ENGAGES

Les candidats finalistes ont été sélectionnés pour leur créativité, leur maîtrise technique et leur engagement en faveur de la pêche responsable. Réunis à Nausicaá, les six finalistes de chaque catégorie ont proposé des recettes originales, mettant en valeur des espèces marines issues du programme Mr.Goodfish. Deux jurys, l'un technique et l'autre de dégustation, ont départagé les participants sur des critères exigeants.

Les gagnants représenteront le programme Mr.Goodfish pendant deux ans, devenant ainsi des ambassadeurs de la gastronomie durable à travers la France.

LES LAUREATS 2025

Catégorie Professionnels

- 1ere place : Victor Berthe, chef et gérant Restaurant Coup de Main à Lille
- 2e place : Victor Lamy-Quique, chef au restaurant Le Prieuré à Megève
- 3e place : Steve Belaatel, chef au restaurant La Place à Saint Avold

Catégorie Avenir

- 1ere place : Virginie Vadeleau, CFPMT à Boulogne-sur-Mer
- 2e place : Jérôme Delattre, Lycée Cazin à Boulogne-sur-Mer
- 3e place : Matthéo Billy, Lycée Cazin à Boulogne-sur-Mer

LES HALLES METRO, UN PARTENAIRE DE CONVICTIONS

Partenaire du concours, les Halles METRO réaffirment leur engagement en faveur d'une consommation responsable des produits de la mer. Concrètement, l'entreprise agit à plusieurs niveaux :

• En mettant en avant les poissons de saison recommandés par Mr.Goodfish dans ses rayons et supports de communication ;

• En cessant l'approvisionnement d'espèces en danger d'extinction (anguille sauvage, requin, espadon…) ;

• En suspendant la commercialisation de certaines espèces pendant leur période de reproduction (janvier à mars) ;

• Et en intégrant des tailles minimales de capture dans ses cahiers des charges pour garantir une gestion raisonnée des ressources.

« *Ce concours incarne les valeurs que nous défendons au quotidien chez METRO : le respect des saisons, la qualité des produits, et la transmission des bonnes pratiques. C'est une fierté de soutenir ces talents qui réinventent la cuisine de demain avec responsabilité et créativité* », déclare Marie Garnier, Responsable RSE de METRO France.

A propos de METRO France

METRO est le premier fournisseur de la restauration en France. Avec 99 Halles réparties sur l'ensemble du territoire, offrant la possibilité de venir sur site ou de se faire livrer, METRO France propose à tous les restaurateurs et commerçants une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires allant de l'ultra frais au sec, et leurs compléments en équipements et en services. Ses 9 000 collaborateurs mettent chaque jour leur expertise au service de 400 000 professionnels. Avec 50 000 références, dont 10 000 en produits locaux et régionaux, et plus de 180 000 sur metro.fr, l'enseigne est la seule à proposer tous les jours la plus grande offre sur le marché, et s'engage auprès des professionnels, qu'ils soient producteurs, restaurateurs ou artisans, notamment avec la Charte Origine France qui valorise l'agriculture française auprès de la restauration indépendante. METRO soutient également les grands événements de la profession tels que le Bocuse d'Or, le Trophée du Maître d'Hôtel ou le lancement du guide Michelin. Certifié ISO 22000 pour le management de la sécurité des denrées alimentaires, METRO France intègre pleinement la Responsabilité Sociétale et Environnementale à sa stratégie en adoptant les lignes directrices de la norme ISO 26000. Fidèle à ses valeurs, l'enseigne accompagne ses collaborateurs et ses clients avec des solutions clés en main pour un comportement socialement responsable et respectueux de l'environnement, afin d'améliorer leurs empreintes carbones et tendre vers plus de durable. www.metro.fr