



Information presse, mars 2024

LES HALLES METRO DEVOILE UN NOUVEAU LIVRE BLANC POUR LES RESTAURATEURS : COMMENT CREER UNE CARTE DE COCKTAILS ?

Toujours soucieux d'accompagner au mieux les restaurateurs dans leur quotidien, les Halles METRO France proposent un nouveau guide en ligne gratuit pour aider les professionnels à confectionner leur carte de cocktails en s'appuyant sur des méthodes de préparation rapides et accessibles. Ce livre blanc de 34 pages est l'outil pour tout connaître sur l'art du cocktail et garantir une meilleure expérience à la clientèle. Cet ouvrage vient compléter une collection de guides pratiques édités par le premier fournisseur de la restauration en France.

Selon une étude CHD Expert, 7 personnes sur 10 déclarent consommer régulièrement des cocktails. Face aux nouvelles habitudes et exigences des consommateurs, le marché de la restauration manifeste un certain engouement pour les spiritueux et cocktails. Mettre en place une carte de cocktails représente un véritable atout auprès d'un public à la recherche de nouvelles expériences. Loin des idées reçues, l'art du cocktail n'est pas réservé aux établissements dotés d'un barman professionnel.

Une carte de cocktails est un moyen pour le restaurateur de créer du lien et de fidéliser sa clientèle. Au même titre que la carte des plats, c'est à partir de cette expérience que le restaurateur peut mettre en avant l'identité de son établissement. Après tout, la première création que l'on déguste dans un restaurant, c'est la boisson !

Quels avantages une carte de cocktails peut-elle avoir pour un restaurateur ? Quelles boissons proposer en fonction des goûts des consommateurs et de son identité ? Quelles sont les bases et méthodes de préparation pour créer une carte séduisante ? Comment renouveler et développer sa carte ? Autant de questions que ce livret traite de manière simple, facile et pédagogique en 5 chapitres.

La première partie met en lumière les avantages de la création d'une carte de cocktails pour un restaurateur. Au-delà d'attirer une clientèle plus large, proposer une carte cocktails est un moyen de fidéliser sa clientèle, d'améliorer l'expérience client et d'accroître ses revenus.

Le second chapitre partage des exemples de carte de cocktails attrayantes en fonction du type de restaurant et des tendances de consommation (mocktails, « low alcohol »...). L'important n'est pas d'avoir une longue liste de boissons mais une liste réduite facilement exécutable variant entre créations classiques et originales.

La troisième partie de ce livre blanc est consacrée aux bases de l'art du cocktail. Près de 7 catégories d'ingrédients sont présentées : les spiritueux, les apéritifs, les liqueurs ou encore les vins, jus, herbes aromatiques, sirop et infusions.



Le quatrième chapitre s'attache aux stratégies et techniques fondamentales de la mixologie pour élaborer les bons cocktails, mais aussi maîtriser le food pairing.

Enfin, le cinquième et dernier chapitre dévoile les différentes étapes nécessaires à la confection et au développement d'une carte de cocktails : composition de la carte, choix des noms, mobilisation du personnel, communication et art du service.

Pour télécharger le livre blanc « Comment créer une carte de cocktails ? » :
[Comment créer une carte de cocktails pour valoriser votre restaurant ? \(metro.fr\)](https://www.metro.fr/inspiration/ressources-publications)

Tous les guides sont à retrouver ici : <https://www.metro.fr/inspiration/ressources-publications>

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 100 000 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, le concours de la Meilleure Brigade de France 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 carbone et tendre vers plus de durable.
www.metro.fr