



METRO FRANCE, PARTENAIRE DU BOCUSE D'OR FRANCE 2025

Partenaire depuis 2005 du Bocuse d'Or France et Main Sponsor du Bocuse d'Or depuis 2013, METRO France fournit les produits imposés pour les deux épreuves de la finale qui se tiendra le 21 octobre 2025 à la Maison de la Mutualité. Une évidence pour le premier fournisseur de la restauration que d'accompagner et mettre à l'honneur les chef(fe)s lors de la sélection française pour cette compétition gastronomique mondiale.

UNE PREMIERE ETAPE POUR REPRESENTER LA FRANCE EN 2027

Depuis sa création en 1987, le Bocuse d'Or s'est imposé comme un événement de renommée mondiale. Bien plus qu'un simple concours, il met à l'honneur les cheffes et chefs dont la dévotion au métier et à la cuisine, perpétue l'indémodable esprit de Paul Bocuse. La Grande Finale se déroulera lors du Sirha Lyon 2027 et verra s'affronter les candidats lauréats de nombreux pays.

Entre temps, place aux sélections nationales et c'est le 21 octobre prochain à la Maison de la Mutualité à Paris que les six chefs retenus parmi plus de cinquante demandes de candidatures s'affronteront lors de la sélection tricolore.

Ils tenteront de décrocher leur place en équipe, composée chacune d'un candidat et d'un commis et d'un coach.

LE TERROIR FRANÇAIS MIS A L'HONNEUR AVEC METRO FRANCE

Partenaire de la Team France depuis sa création en 2012, METRO France fournira les produits imposés aux épreuves de cette sélection nationale. Le choix de l'intégralité des produits mis à disposition des candidats a été entièrement pensé par les organisateurs du Concours et les équipes METRO France. Produits emblématiques du terroir français, ils ont été choisis pour leur disponibilité sur l'ensemble du territoire et leur respect de la saisonnalité.

« Nous travaillons main dans la main avec le Comité International du Bocuse d'Or pour sélectionner les produits qui seront utilisés lors des épreuves. Chaque choix est fait avec une attention particulière à la saisonnalité, à l'accessibilité des produits pour les équipes nationales, et bien sûr, à l'innovation. »
souligne Najate Elabad, Directrice du pôle événementiel et partenariats METRO France.

LE SAINT-PIERRE, FIL CONDUCTEUR DES DEUX DEFIS CULINAIRES

Les candidats présélectionnés disposeront de quatre heures et quinze minutes pour réaliser deux recettes, comprenant une mise- en-bouche et un plateau. Pour cela, un produit commun aux deux épreuves sera à leur disposition : le Saint-Pierre, un poisson noble réputé pour sa chair délicate et sa finesse.

Pour la première épreuve, les candidats devront réaliser des mises en bouche associant les saveurs du Saint-Pierre aux agrumes, tout en mettant en avant une région choisie. Cette entrée légère sera proposée en deux formats : une cuillère et un bol. L'épreuve plateau sera composée de deux pièces principales identiques à base de Saint-Pierre accompagnées de deux garnitures distinctes. La première garniture mettra à l'honneur le Champignon de Paris, tandis que la seconde, exclusivement végétarienne, devra valoriser les végétaux de la

région choisie par le candidat.

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 et organise le concours de la Meilleure Brigade de France en partenariat avec Gilles Goujon. 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