

# COMMENT CRÉER UNE CARTE DE COCKTAILS ?

LIVRE BLANC



les  
halles  
METRO

# ÉDITO

Beaucoup pensent que l'art du cocktail est réservé aux établissements dotés d'un barman professionnel ou aux bars spécialisés. Détrompez-vous !

Au contraire, proposer quelques cocktails à sa carte est à la portée de tout restaurateur, et est une stratégie gagnante pour votre établissement. Sur un marché sur lequel la qualité prime sur la quantité, les clients cherchent des expériences uniques et des boissons qui sortent de l'ordinaire.

D'après une récente étude CGA et Nielsen IQ, l'état actuel du marché témoigne d'ailleurs d'un engouement pour les spiritueux et les cocktails élaborés avec soin. Les consommateurs sont mieux informés et plus exigeants : ils veulent savoir ce qu'il y a dans leur verre, d'où cela vient, comment c'est fait, et si la boisson proposée a un lien avec l'établissement.

Proposer des cocktails n'est pas synonyme de complexité. Au contraire, une carte de cocktails bien pensée, même limitée, peut-être un vrai atout pour votre restaurant. Elle ne nécessite pas une longue liste d'ingrédients compliqués ni un équipement de bar sophistiqué. Avec quelques bases simples et des méthodes de préparation rapides, vous pouvez créer des boissons qui séduiront vos clients et amélioreront leur expérience dans votre restaurant.

Ce livre blanc est votre guide pour naviguer dans ce nouvel univers. Nous y partageons des astuces pour concevoir une offre de cocktails qui soit rentable, qui fidélise et attire une nouvelle clientèle.

Ensemble, explorons comment l'apéritif peut devenir le moment le plus attendu de la soirée, et comment, avec les bons ingrédients, chaque cocktail peut raconter une histoire – celle de votre passion pour l'accueil et la satisfaction de vos clients.



## REMERCIEMENTS

Nous remercions Victor Delpierre, barista & mixologue, champion du monde CIGS, pour son aide précieuse dans l'élaboration de ce livre blanc.

**01**

**POURQUOI PROPOSER DES  
COCKTAILS À VOS CLIENTS ?**

P.4

**02**

**QUELS TYPES DE  
COCKTAILS PROPOSER ?**

P.7

**03**

**LES BASES POUR  
LES COCKTAILS**

P.13

**04**

**POUR ALLER  
PLUS LOIN**

P.19

**05**

**COMMENT DÉVELOPPER VOTRE  
OFFRE DE COCKTAILS ?**

P.23

**01**

**POURQUOI  
PROPOSER  
DES COCKTAILS  
À VOS CLIENTS ?**

# UNE BOISSON TENDANCE

La tradition de l'apéritif, ou de l'happy hour, est profondément ancrée dans le mode de vie français, avec 7 personnes sur 10 déclarant consommer régulièrement des cocktails selon une étude CHD Expert.

Ces moments de détente en fin de journée ne sont pas de simples pauses ; ils sont le reflet d'un véritable élan culturel.

Le cocktail y est roi, avec des classiques comme le Mojito et la Pina Colada captivant une clientèle plutôt jeune. Parallèlement, une nouvelle vague de consommateurs, souvent dans la trentaine, se dirige vers des créations originales proposées par les barmans, cherchant ainsi à découvrir des cocktails qui reflètent l'identité de l'établissement.

En tant que restaurateur, cette tendance vous ouvre une véritable fenêtre d'opportunité. Historiquement préféré à l'apéritif, le cocktail devient un élément central de l'expérience client tout au long du dîner, ou en digestif.

C'est pourquoi il est essentiel d'accorder une attention particulière à cette partie du service, en y intégrant des cocktails à la fois simples à réaliser et évocateurs de l'esprit de votre restaurant.



**7/10**

**PERSONNES DÉCLARENT  
CONSOMMER  
RÉGULIÈREMENT  
DES COCKTAILS**

# LES AVANTAGES DU COCKTAIL POUR UN RESTAURATEUR

**Contrairement aux idées reçues, le cocktail n'a pas besoin d'être compliqué pour séduire votre clientèle. Offrir une expérience différenciante grâce à une offre de cocktail a plusieurs avantages.**



## L'ATTRACTION ET LA FIDÉLISATION DE VOTRE CLIENTÈLE

L'offre de cocktails peut attirer tous les âges à condition qu'elle réponde à leur goût. C'est aussi un moyen de fidéliser les clients habituels qui souhaitent vivre une expérience différenciante grâce à la diversité et à l'originalité des options disponibles.

## L'AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Intégrer des cocktails à votre menu enrichit l'expérience culinaire et donc l'expérience globale que vous proposez. Ce souci du détail est de plus en plus recherché par les consommateurs avides de nouveautés et de contenus instagrammables.

## LA CROISSANCE DE VOS REVENUS

Les marges bénéficiaires sur les cocktails sont généralement entre 70% et 90%, soit un chiffre bien plus élevé que sur les boissons classiques. Cette différence présente un potentiel énorme pour améliorer la marge de votre restaurant.



# 70 À 90%

**DE MARGE BÉNÉFICIAIRE  
MOYENNE SUR  
LES COCKTAILS**

02

**QUELS TYPES  
DE COCKTAILS  
PROPOSER ?**

# COCKTAILS CLASSIQUES VS CRÉATIONS ORIGINALES

Plutôt que de proposer une longue liste de cocktails, privilégiez une sélection plus réduite de boissons bien exécutées, particulièrement si vous êtes novice ! Six à sept cocktails sur votre carte, allant des classiques aux créations maison, peuvent couvrir une large gamme de préférences tout en restant gérables au bar. C'est une approche qui permet de garantir la qualité et la rapidité du service, et donc la qualité de l'expérience client.

## LES COCKTAILS INDÉMODABLES

La base d'une offre cocktail réussie réside dans un ensemble de classiques indémodables. Voici quelques exemples et leurs ingrédients clés.



**COSMOPOLITAN**

Vodka, Triple sec, jus de cranberry, citron vert.



**MARGARITA**

Tequila, Triple sec, jus de citron vert, sirop de sucre ou d'agave.



**SPRITZ**

Amer, vin pétillant, eau gazeuse.



**MOSCOW MULE**

Vodka, ginger beer, citron vert.



**MOJITO**

Rhum, menthe fraîche, citron vert, sucre, eau gazeuse.

Ces cocktails ne nécessitent que quelques ingrédients de base, qui peuvent être réutilisés pour d'autres boissons. Par exemple, un bon rhum peut être la base pour le Mojito et bien d'autres cocktails.

Ainsi, pour éviter les dépenses inutiles et les surplus de stocks, analysez les cocktails les plus commandés par votre type de clientèle et développez votre carte à partir de quelques alcools phares de base.



## LES COCKTAILS SIGNATURES

Vous pouvez également décider de créer des cocktails signatures, identitaires de votre établissement. Ils peuvent refléter votre cuisine, utiliser des ingrédients locaux ou raconter une histoire liée à votre restaurant.

### SI VOUS ÊTES UN RESTAURANT EN BORD DE MER

Vous pourriez proposer un twist de la Margarita à base d'un spiritueux régional, comme le gin : vous remplacez le citron vert par du citron jaune et vous ajoutez une pointe de fleur de sel comme exhausteur de goût.

### SI VOUS ÊTES UN BISTROT URBAIN

Vous pourriez opter pour un cocktail sophistiqué à base d'ingrédients de la vigne typiquement français : un mélange à base de cognac, de vin doux naturel (Muscat, Banuyls etc...) ou de vin de liqueur (pineau des Charentes, Macvin du Jura etc...), et de verjus, le jus de raisin vert aussi acide que le jus de citron.

### SI VOUS ÊTES UN RESTAURANT ITALIEN SITUÉ EN PROVENCE

Vous pourriez proposer un cocktail, sur la base du Negroni réalisé avec un gin infusé aux herbes de Provence.

En se concentrant sur des choix judicieux et une mise en place efficace, vous pouvez créer une expérience cocktail mémorable pour vos clients tout en gérant efficacement votre établissement.

Dans l'idéal, nous vous recommandons de sélectionner, parmi les classiques indémodables et vos créations originales signatures, six à sept typicités de cocktails différentes.



## EXEMPLES DE COCKTAILS



### UN COCKTAIL «LONG DRINK» LÉGER ET SUCRÉ

De type Punch ou Mojito



### UN COCKTAIL «SHORT DRINK» ACIDULÉ

De type Margarita ou  
Cosmopolitan



### UN COCKTAIL «SHORT DRINK» AMER

De type Negroni



### UN COCKTAIL FRUITÉ AU CHAMPAGNE

De type Bellini



### UN COCKTAIL «SHORT DRINK» SEC ET PUISSANT

De type Old Fashioned  
ou Dry Martini



### UN COCKTAIL PÉTILLANT ET SIMPLE AU NIVEAU AROMATIQUE

De type Gin tonic



### UN COCKTAIL FAIBLEMENT ALCOOLISÉ

## L'ASTUCE METRO

L'efficacité est essentielle dans la préparation des cocktails, surtout pour les établissements avec un personnel limité ou saisonnier.

Préparez les éléments comme les mélanges de jus à l'avance. Pour les cocktails complexes, envisagez des solutions prêtes à l'emploi ou semi-prêtes à l'emploi pour maintenir la qualité sans sacrifier la rapidité.

Prenons l'exemple du Negroni, qui mobilise trois ingrédients : réaliser 50 Negroni pendant un service nécessiterait 150 manipulations de bouteilles lorsque l'on peut réaliser le mélange des trois ingrédients en grande quantité, en période plus creuse, et servir le mélange directement ! Cela permet également de diminuer par trois le temps de préparation, et de limiter le risque de perte.

Nous vous invitons donc à faire quelques analyses du nombre de cocktails, de chaque référence, que vous réalisez sur une semaine d'ouverture afin de calculer le nombre moyen par service de chaque cocktail. Ainsi vous pouvez ajuster vos mises en place de prémix ou cocktails prêt à servir tout en ne prenant aucun risque de perte.



# MOCKTAILS ET LOW ALCOHOL: TOUT EN MODÉRATION

La tendance croissante des consommateurs vers des choix plus sains et responsables a mené à l'émergence et à la popularité grandissante des mocktails et des boissons low alcool» (faible en alcool). Ces alternatives offrent une nouvelle dimension à l'expérience du cocktail, permettant à tous les clients, y compris ceux qui évitent l'alcool pour des raisons de santé, de choix personnel ou de conduite, de profiter pleinement et sans frustration de leur venue.

## LES MOCKTAILS

Les mocktails, ou cocktails sans alcool, ne sont pas de simples jus de fruits ou sodas. Ce sont des mélanges sans alcool qui ressemblent parfaitement à des cocktails alcoolisés de par leur intensité ou leur diversité de goûts. Ils sont élaborés avec la même attention et créativité que les cocktails traditionnels, utilisant un mélange d'ingrédients comme des sirops maison, des herbes aromatiques, des épices, des jus frais, du thé, du café, du poivre, des infusions, des macérations etc... La clé est dans l'équilibre des saveurs - l'acidité, la douceur,

l'amertume - pour offrir une expérience gustative intéressante.

En parallèle, le marché des spiritueux sans alcool se développe rapidement. Des produits comme le Gimber, ou Kaukani, des concentrés de gingembre organique, offrent une base intéressante pour des mocktails. Ces spiritueux sans alcool peuvent imiter les saveurs classiques des gins, whiskies et rhums, permettant aux consommateurs de déguster des boissons complexes sans l'effet de l'alcool.

PARMI LES MOCKTAILS LES PLUS  
COMMANDÉS, ON RETROUVE  
LES VIRGIN :



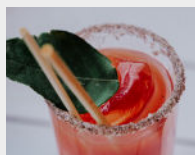
### MOJITO

Un classique sans alcool, mélangeant eau gazeuse, jus de citron vert, sucre, et menthe fraîche.



### PIÑA COLADA

Avec du jus d'ananas, du lait de cocoa et un peu de jus de citron vert.



### BLOODY MARY

La variante non-alcoolisée du Bloody Mary, avec du jus de tomate, du jus de citron, du Worcestershire et des épices.



### SANGRIA

Un mélange de jus de fruits variés et d'eau pétillante, agrémenté de fruits frais.

“ Il n'y a pas de moquerie  
dans le mot mocktail ! ”  
Victor Delpierre

## LES LOW ALCOOL

Les cocktails à faible teneur en alcool, connus sous le nom de « low alcohol », conservent la complexité et la nuance des classiques, tout en étant plus légers et accessibles.

L'idée est de réduire la quantité d'alcool fort dans la recette, en privilégiant des ingrédients comme des liqueurs à faible degré alcoolique, des vins aromatisés ou des bières légères. Par exemple, un cocktail classique peut être revisité en diminuant la proportion de spiritueux et en augmentant celle de mixers non-alcoolisés ou de jus. Une Margarita peut ainsi être préparée avec une quantité réduite de tequila, compensée par du jus d'agrumes frais et un peu d'eau gazeuse.



En intégrant ces options dans votre offre, vous ouvrez la porte à une clientèle diversifiée et consciente de ses choix de consommation.

Cela démontre également un engagement envers le bien-être de vos clients, tout en restant à l'avant-garde des tendances du marché.

## PARMI LES COCKTAILS LOW ALCOOL LES PLUS COMMANDÉS, ON RETROUVE:



### SPRITZ AU VERMOUTH

Un cocktail léger à base de vermouth sec, d'eau gazeuse et d'une tranche d'orange.



### SHANDY

Un mélange simple de bière légère et de limonade.



### BELLINI

Réduisez le Prosecco et augmentez la part de purée de pêche pour une version moins alcoolisée de ce cocktail classique.

**03**

**LES BASES  
POUR LES  
COCKTAILS**

# LES SPIRITUEUX FONDAMENTAUX

**Voici ce qu'il vous faut pour vous permettre de bien travailler.**

Sachez que chaque spiritueux a ses particularités et qu'il n'existe pas qu'un seul goût gin ou qu'un seul goût rhum. Avec nos partenaires, nous avons développé une gamme de spiritueux de qualité à prix abordable afin de vous aider à développer votre activité sereinement. Tout d'abord il vous faut les spiritueux fondamentaux dits «spiritueux de base».

“ **Le coût matière des spiritueux étant relativement bas par rapport au prix de vente, privilégiez des ingrédients de meilleure qualité afin de garantir une entière satisfaction de vos clients !**

**Il est évident que la qualité de la matière première impacte directement le résultat final. Quelques centimes de plus en coût matière peuvent maximiser vos chances d'achat d'impulsion d'un second cocktail ! ”**

Victor Delpierre



## LE GIN

Le gin se distingue par ses infusions de genièvre et un bouquet d'herbes et d'épices. Allant du London Dry, net et aromatique, au Plymouth plus rond et équilibré, le gin offre une base parfaite pour une multitude de cocktails. Il séduit par sa capacité à marier tradition et innovation, apportant une signature distincte à chaque création.



## LE RHUM

Le rhum, traditionnellement distillé à partir de la canne à sucre, se présente sous plusieurs formes. Le rhum blanc nécessaire pour les indémodables Mojito, Punch, Daiquiri par exemple. Il est disponible à 40° et 50° selon vos préférences et vous permet de proposer facilement une gamme de rhums arrangés maison très plébiscités par la clientèle. Tandis que le rhum ambré apporte une palette aromatique plus complexe. Le rhum épicé est lui, de plus en plus plébiscité par les jeunes consommateurs.



## LA TEQUILA

Issue de l'agave bleu, la tequila se décline en nuances : la «blanca», vive et herbacée, est un écho pur du terroir mexicain, tandis que la «añejo», avec son élevage en fût, séduit par sa richesse et sa complexité.

La «reposado» trouve l'équilibre, offrant des touches boisées adoucies par le temps.

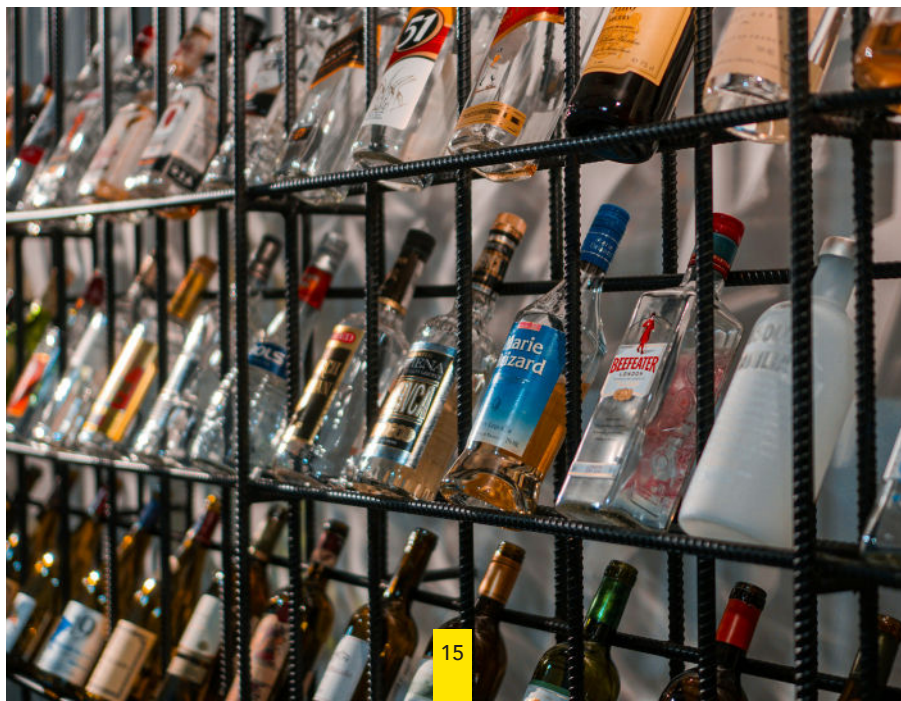
Chaque style de tequila est un hommage à l'art de la distillation et à la tradition, invitant à l'exploration de cocktails classiques et novateurs.

La tendance est surtout au Mezcal, un alcool du même type, réalisé à partir de cœurs d'agave, avec un fort goût fumé.



## LA VODKA

La vodka est un spiritueux «caméléon» qui vous permet d'explorer facilement l'art du cocktail en toute simplicité. Réputée pour sa clarté et sa capacité à s'harmoniser avec pratiquement tous les autres ingrédients, elle varie d'un profil neutre et lisse à des variantes légèrement aromatisées. Un spiritueux fondamental pour les classiques comme le Dry Martini, le Bloody Mary, le Moscow Mule etc... la vodka vous permettra d'explorer une toile vierge de possibilités créatives.





## LES APÉRITIFS

**Vous pouvez ensuite agrémenter chaque base d'un apéritif. Il en existe de nombreuses sortes.**



### LES BITTERS

Le mot « bitter » veut dire « amer » en anglais. Ce sont des boissons alcoolisées dans lesquelles on fait macérer des substances amères dans de l'alcool. Vous connaissez forcément le Campari ou l'Apérol pour les versions Italiennes. En France nous produisons différents bitters à base de gentiane comme la Suze ou la Salers.

La gentiane était autrefois un apéritif amer très plébiscité qui revient peu à peu à la mode grâce à la volonté de plus en plus de professionnels de valoriser le «made in France».



### LE VERMOUTH

Souvent méconnu, le vermouth est un vin fortifié dont la richesse aromatique provient de l'infusion de plantes et d'épices sélectionnées. Né des traditions viticoles italiennes et françaises, il se décline en nuances rouges, blanches et rosées, offrant une palette de saveurs allant du sucré au sec. Son rôle dans le cocktail est capital, apportant complexité et équilibre à des cocktails emblématiques tels que le Dry Martini, le Manhattan ou encore le Negroni où il harmonise les spiritueux et les amers.



# LES LIQUEURS

Les liqueurs dites «agents aromatisants» sont d'autres spiritueux fondamentaux à référencer au bar.



## LE LIMONCELLO

Le Limoncello, avec ses origines ensoleillées de la côte amalfitaine, est la quintessence de la liqueur de citron. Sa recette traditionnelle, gardée jalousement par les familles italiennes, implique la macération de zestes de citrons dans de l'alcool pur avant d'être adouci par un sirop de sucre. Cette liqueur jaune vif célèbre la fraîcheur piquante du citron.



## LES CRÈMES

Ce sont des agents aromatisants qui vous permettent de libérer votre créativité en vous aidant à imaginer de nouveaux cocktails ! Les crèmes, telles que la crème de cassis, la crème de mûre ou la crème de menthe, sont des liqueurs plus sucrées et plus denses, élaborées à partir de fruits, de plantes ou d'arômes naturels. Leurs profils gustatifs variés et leur onctuosité en font des alliés idéaux pour enrichir les cocktails, créant des nuances et des textures attrayantes.



## BITTERS AROMATIQUES

Les bitters sont des concentrés aromatiques infusés avec des herbes, des écorces, des racines, des fruits et d'autres plantes. Ces élixirs puissants sont utilisés parcimonieusement pour complexifier et équilibrer les cocktails, leur conférant plus de complexité et de longueur en bouche. Parmi les plus célèbres bitters se trouvent l'Angostura et le Peychaud's, qui sont particulièrement appréciés des barmans du monde entier.



## LA LIQUEUR DE FLEUR DE SUREAU

La liqueur de fleur de sureau est un spiritueux sucré et parfumé, extrait des fleurs de sureau. Son goût distinctif rappelle les notes de lychee, de pêche et de fleurs printanières, offrant une subtilité remarquable aux cocktails. Prisée pour sa douceur naturelle et son arôme floral, elle est un ingrédient de choix pour des mélanges contemporains et classiques revisités.

# POUR FAIRE ÉVOLUER VOS RECETTES



## VINS

Les vins sont des éléments indispensables de tout établissement, et vous en proposez sûrement déjà dans votre restaurant. Heureusement, ils sont également de parfaits compagnons d'une offre de cocktails bien pensée ! La diversité des vins, allant des blancs légers aux rouges corsés, offre une toile de fond idéale pour l'élaboration de cocktails.

Par exemple, un vin blanc pétillant, comme le Prosecco, est parfait pour un cocktail Spritz, tandis qu'un rosé fruité peut être mélangé avec des jus frais pour un cocktail estival. Complétés avec une liqueur, les vins peuvent vous donner une large gamme de cocktails apéritifs, comme le célèbre Kir Royal.



## HERBES AROMATIQUES

L'intégration d'herbes fraîches telles que la menthe dans un Mojito ou le romarin dans un gin tonic, crée un profil aromatique intéressant et ajoute une couche supplémentaire de complexité à vos boissons. Ces herbes peuvent être cultivées dans votre propre jardin d'herbes aromatiques ou achetées fraîches chez METRO.



## JUS

Les jus sont des alliés incontournables de la conception de cocktails. Par exemple, le jus de citron vert est idéal pour un cocktail acide comme la Margarita, tandis que le jus d'orange apporte douceur et rondeur à un cocktail classique comme Screwdriver, la vodka orange. Ces jus peuvent être achetés prêts à l'emploi chez METRO pour une facilité d'utilisation, ou pressés minute pour plus de fraîcheur. La clé est d'assurer une qualité constante, qu'ils soient achetés ou faits maison.



## SIROPS ET INFUSIONS

Nous avons développé la gamme des sirops Gilbert afin de vous aider à développer de nouveaux cocktails. Vous pouvez également réaliser vos sirops maison, en infusant dans de l'eau et du sucre des ingrédients de base comme le thé, les infusions, le poivre, les épices, les fruits, les herbes aromatiques etc... Victor Delpierre pense par exemple à un sirop de framboises fraîches, vanille et zestes de citron avec du champagne et du jus de citron vert ou encore à un sirop de thé Earl Grey et gin avec du tonic !

# LES PRÉMIX : SIMPLICITÉ ET EFFICACITÉ

**Les premix sont des boissons déjà mélangées, qui peuvent ensuite être agrémentées d'une touche particulière ou d'un alcool spécifique pour créer un nouveau cocktail.**

Ils permettent d'optimiser votre organisation et votre service, et peut être un véritable atout pour les restaurateurs débutant une offre de cocktails. Cela vous permet aussi de diversifier votre menu sans pour autant vous engager dans des préparations complexes ou chronophages.

Il existe deux types de prémix : ceux que vous pouvez acheter déjà préparés, et ceux que vous pouvez réaliser vous même.

Les prémix se présentent souvent sous forme de bouteilles ou de bag in box et incluent une gamme étendue de cocktails classiques et modernes, des Mojitos aux Margaritas, en passant par les Cosmopolitans et les Spritz.

Les intégrer dans votre carte, complétés par des options de cocktails faits maison ou des boissons signature, offre un équilibre parfait entre simplicité et personnalisation. Cela permet de garantir une qualité constante tout en valorisant l'identité de votre établissement à travers des créations uniques. Cette approche combine l'efficacité, avec des préparations rapides des prémix, et l'originalité.

METRO vous propose des prémix préalablement testés et validés pour leur qualité !



## GAIN DE TEMPS ET EFFICACITÉ

Plus la peine de mesurer, ni de mixer les ingrédients. Ils permettent un service rapide et fluide, idéal pour les heures de pointe ou lorsque le personnel est limité.



## CONSTANCE DE LA QUALITÉ

Finies les variations qui peuvent survenir avec les cocktails préparés à la main. Chaque cocktail servi est uniforme en goût et en qualité.



## SIMPLICITÉ OPÉRATIONNELLE

Inutile de stocker une multitude d'ingrédients ou de disposer d'un équipement spécialisé. Cela simplifie la gestion des stocks et réduit les risques de gaspillage.



## FORMATION RÉDUITE DU PERSONNEL

Nul besoin que le personnel ait des compétences avancées en mixologie. Cela rend la formation des nouveaux employés plus rapide.



## TESTER SANS ENGAGEMENT

Les prémix offrent la possibilité d'expérimenter et de proposer de nouvelles boissons sans engagement à long terme. Ils vous permettent de tester la popularité de cocktails avant de décider d'investir dans la préparation maison.

**04**

**POUR ALLER  
PLUS LOIN**

# LES TECHNIQUES DE BASE DE LA MIXOLOGIE

Pour avoir une offre de cocktails solide, la maîtrise des fondamentaux de la mixologie est essentielle.

## SHAKING (SECOUER)



Indispensable pour mélanger, refroidir et aérer les cocktails. Cela apporte une texture plus fluide et intègre parfaitement tous les ingrédients.

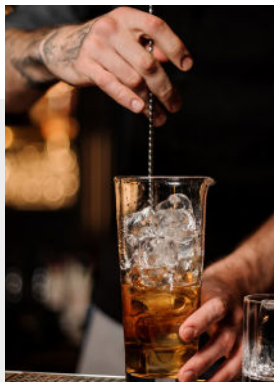
### USTENSILES

Un shaker, un jigger pour mesurer, et un strainer pour filtrer.

### CONSEILS

Ajoutez un maximum de glaçons car plus vous mettez de glaçons dans votre shaker et moins les glaçons fondent. Secouez vigoureusement, mais brièvement (10 à 12 secondes) pour bien refroidir le mélange.

## STIRRING (REMUER)



Préconisé pour les mélanges délicats, en particulier les cocktails à base de spiritueux qui exigent une intégration sans aération excessive.

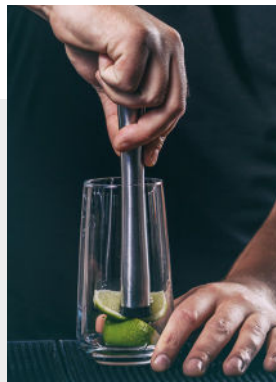
### USTENSILES

Un verre à mélange, une cuillère de bar et un strainer.

### CONSEILS

Remuez avec une rotation fluide du poignet pour une température et dilution homogène. Là aussi, une grande quantité de glaçons est requise afin de bien refroidir les ingrédients et les rendre plus onctueux.

## MUDDLING (PILER)



Libère les huiles et les arômes des ingrédients frais comme les herbes ou les fruits.

### USTENSILES

Un pilon et un verre solide.

### CONSEILS

Pilez avec modération les herbes aromatiques pour extraire les saveurs sans broyer les fibres qui donneront un goût désagréable au mélange. Pilez sans modération les agrumes, comme le citron vert du mojito, pour en libérer tout le jus et dégager un maximum d'huile essentielle.

# LES BONS OUTILS POUR DE BONS COCKTAILS

**Dans le monde du cocktail, la maîtrise et la créativité se manifestent à travers les outils du barman. Chaque accessoire, choisi avec soin, permet de transformer des ingrédients simples en cocktail savoureux.**

Il est tout aussi important de choisir avec soin la verrerie pour mettre en valeur le cocktail tant au niveau gustatif que visuel.

La forme d'un verre peut aussi affecter l'expérience de dégustation. Le bon choix de verre permet de conserver le plus longtemps possible la température idéale de consommation du cocktail.

Par exemple, un verre à martini, avec sa large ouverture, est idéal pour des boissons servies sans glace (comme le Dry Martini ou le Manhattan), car il permet une meilleure appréciation des arômes volatils. Pour les cocktails avec glace, il vaut mieux utiliser un verre highball ou tumbler pour les cocktails comme un Mojito ou un Long Island Iced Tea. Et utiliser un verre old fashioned pour les cocktails «short drink» comme le Negroni. Un verre ballon, quant à lui, est parfait pour les gin tonics ou les boissons nécessitant une grande quantité de glace.

## VOICI NOTRE GUIDE POUR ÉQUIPER VOTRE BAR :

### SHAKER

Pour bien mélanger, aérer et refroidir les cocktails contenant des jus de fruits, des sirops, de la crème ou des œufs. Le choix d'un shaker de qualité affectera la consistance de votre cocktail.

### VERRE À MÉLANGE

Indispensable pour les cocktails qui nécessitent une maîtrise de la dilution et un refroidissement sans aération excessive, comme le Dry Martini ou le Negroni.

### CUILLÈRE À MÉLANGE

Longiligne, elle permet un mélange délicat et efficace.

### PASSOIRE OU STRAINER À COCKTAIL

Pour filtrer la glace et les morceaux de fruits ou d'herbes afin de ne servir que le liquide lisse et raffiné. Se positionne sur le shaker et le verre à mélange pour filtrer leur contenu.

### JIGGER

Permet de mesurer précisément les liquides pour respecter les proportions des recettes.

### PRESSE-AGRUMES

Pour extraire les jus frais qui sont la base de nombreux cocktails.

### ZESTEUR ET ÉCONOME

Pour créer des garnitures esthétiques et aromatiques.

### PILON

Pour broyer des ingrédients frais comme les herbes et les fruits afin de libérer leurs saveurs.

# LA MAÎTRISE DE LA GLACE : UNE EXPERTISE ESSENTIELLE POUR UN BON COCKTAIL

“ Le glaçon est essentiel  
dans l’art du cocktail ! ”

Victor Delpierre

**La glace apporte deux éléments primordiaux à la confection de tout cocktail.**

## CONTRÔLE DE LA TEMPÉRATURE

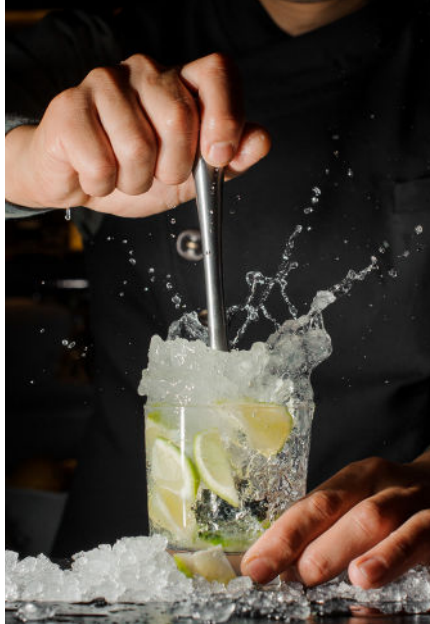
Un cocktail doit être bu à température idéale pour être apprécié à sa juste valeur.

## RÉDUCTION DE LA DILUTION

La dilution contrôlée est une science en soi. Une abondance de glace dense fond moins rapidement, ce qui préserve la force et l’intégrité de chaque gorgée.

Pour réaliser cela, le choix d’une machine à glaçons n’est pas à négliger. Si vous ne savez pas quelle machine à glaçon professionnelle choisir, METRO en propose une vaste variété, adaptée à votre établissement :

- La machine à glaçons à air
- La machine à glaçons à eau



Il est crucial d’éduquer les clients sur l’importance de la glace, surtout lorsqu’ils rencontrent des cocktails avec un volume apparent plus faible, comme le Negroni. Expliquer que la densité de l’alcool justifie un format plus petit permet de valoriser la dégustation plutôt que la quantité, similaire à un ristretto qui concentre ses arômes dans un petit volume.

D’ailleurs, la glace contribue également à l’esthétique d’un cocktail. De beaux glaçons cristallins ou des sphères élégantes dans un verre ballon renforcent l’abondance et le visuel et sont fondamentales pour attirer le consommateur.

Enfin, pour ceux qui visent l’excellence dès la conception de leur bar, Victor Delpierre conseille l’intégration d’un espace dédié au refroidissement des verres. Un verre préalablement refroidi garantit le maintien de la température idéale, pour une perfection durable du début à la fin de la dégustation. Une astuce à mettre en place dès la création de son établissement !

# LE PAIRING POUR MAXIMISER VOS VENTES AVEC UNE OFFRE COCKTAILS

Le cocktail n'est pas seulement un préambule à l'apéritif, il peut aussi être apprécié tout au long du repas. Loin de l'idée qu'il faille une carte extensive et complexe de cocktails, l'essentiel réside dans une offre bien pensée et facilement compréhensible du consommateur.

À l'instar des accords mets et vins, le cocktail pairing repose sur l'harmonisation des saveurs entre la boisson et le plat. L'objectif est de créer une synergie gustative qui rehausse le plaisir de dégustation de vos clients.

En plus d'offrir une expérience culinaire unique, le cocktail pairing peut augmenter le ticket moyen de vos clients en les incitant à explorer des options qu'ils n'auraient pas envisagées autrement.

## STRATÉGIES DE PAIRING

### ASSOCIER SELON LES SAVEURS

Identifiez les notes dominantes dans vos cocktails et associez-les avec des plats ou des amuse-bouches qui partagent des saveurs complémentaires. Par exemple, un cocktail acidulé pourrait très bien accompagner des mets légèrement épicés. Pensez à limiter la quantité de sucre dans les cocktails pairing pour qu'ils soient plus faciles à accommoder aux plats.

### CONTRASTER POUR SURPRENDRE

Parfois, opposer les saveurs peut créer des associations intéressantes. Un cocktail doux et crémeux peut par exemple se marier à merveille avec des apéritifs salés ou fumés.

### EXPLOITER LES SAISONS

Offrez des pairings qui correspondent aux produits de saison, en associant par exemple des cocktails rafraîchissants à des plats légers en été.



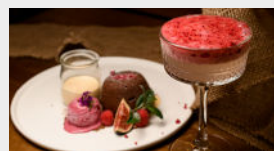
#### COCKTAILS ET PLANCHES

Un cocktail épicé peut être un excellent complément pour une planche de charcuterie ou de fromages, tandis qu'un cocktail plus acidulé peut s'harmoniser avec des fruits de mers par exemple.



#### COCKTAILS ET PLATS

Un Negroni se marie parfaitement avec un plat de viande. Vous pouvez même le personnaliser en remplaçant le gin par un autre spiritueux comme le whisky, il prend alors le nom de Boulevardier, ou un mezcal aux notes fumées.



#### COCKTAILS ET DESSERTS

N'oubliez pas les douceurs. Un cocktail avec une base de liqueur de dessert peut se marier parfaitement avec des gâteaux ou des glaces.



**COMMENT  
DÉVELOPPER  
VOTRE OFFRE  
DE COCKTAILS ?**



## ÉTAPE 1 : COMPOSEZ VOTRE CARTE

Si vous débutez dans l'univers des cocktails, l'idéal est de commencer par des classiques intemporels, toujours appréciés et faciles à réaliser en grande quantité à l'avance. Incluez des boissons comme le Negroni, le Gin Tonic, le Punch, la Margarita ou le Spritz. Ces cocktails nécessitent peu d'ingrédients et sont rapides à préparer.

Attention au classique Mojito qui est toujours autant plébiscité par la clientèle mais qui nécessite une plus grande maintenance et un temps de préparation plus conséquent !

Votre carte de cocktails doit également être un miroir de l'ambiance et du style de votre restaurant. Si vous servez une cuisine méditerranéenne, vous pourriez envisager des cocktails aux agrumes. Pour un bistrot traditionnel, des classiques comme le Dry Martini, le Negroni, le Bloody Mary ou le Kir maison peuvent être plus appropriés. Pensez aussi à inclure au moins un cocktail signature qui raconte une histoire unique sur votre établissement.

### QUELQUES CONSEILS

#### ASSORTIMENT ÉQUILIBRÉ

Proposez un bon équilibre entre les boissons sucrées, amères, acides et fruitées.

#### SIMPLICITÉ

Limitez le nombre de cocktails pour garantir une exécution rapide et efficace.

#### PERSONNALISATION

Même avec des cocktails classiques, trouvez des moyens de les rendre uniques à votre restaurant.

#### FORMATION DU PERSONNEL

Assurez-vous que vos équipes en salle soient à l'aise avec les descriptifs aromatiques des cocktails pour être en mesure de les expliquer à vos clients s'ils le demandent !



## ÉTAPE 2 : CHOISISSEZ UN NOM POUR VOS COCKTAILS

**Chaque cocktail peut être l'occasion de raconter une histoire ou de partager un aspect de la culture locale. Trop souvent, hélas, le nom du cocktail n'est pas en phase avec la typicité du cocktail.**

Un cocktail nommé «L'Héritage de la Provence» pourrait être une invitation à découvrir les saveurs et les parfums de cette région. Un bon nom de cocktail devrait susciter la curiosité tout en donnant une indication de ses saveurs. Par exemple, «Le Jardin Secret» pourrait suggérer un cocktail aux herbes ou aux notes florales.

Enfin, choisissez des noms faciles à retenir et à prononcer. Cela aide non seulement vos clients à s'en souvenir, mais facilite aussi la communication entre le personnel et les clients. Sous les noms des cocktails, préférez des énoncés explicatifs du profil aromatique plutôt qu'une liste d'ingrédients qui ne va pas parler aux clients novices.

## ÉTAPE 3 : MOBILISEZ VOTRE ÉQUIPE

**Dans la restauration, la formation du personnel aux cocktails est essentielle pour créer une expérience client mémorable et augmenter les ventes. Voici quelques conseils pour une formation efficace.**

### MODES D'EMPLOI

Préparez de petits manuels simples et didactiques à destination du personnel qui reprennent les étapes et les proportions de chaque cocktails. Ceux-ci doivent être facilement accessibles dans votre salle, ou derrière votre bar.

### TECHNIQUES DE CROSS-SELLING

Formez votre personnel à suggérer des cocktails en fonction des goûts des clients ou des plats commandés. Le cross-selling doit être subtil et basé sur une bonne connaissance des cocktails proposés.

### ATELIERS PRATIQUES

Impliquez votre équipe dans des ateliers de préparation de cocktails. Cela permet non seulement de maîtriser les recettes, mais aussi pour les équipes en salle, d'en maîtriser les ingrédients.

### UTILISATION DES RESSOURCES EN LIGNE

Encouragez votre personnel à les consulter pour améliorer leurs compétences et rester à jour avec les tendances actuelles en matière de cocktails.

### SESSIONS DE FEEDBACK

Après la formation, organisez des sessions durant lesquelles votre personnel peut partager ses expériences, donner son avis sur les cocktails, et discuter des meilleures pratiques.



Si vous souhaitez découvrir les astuces et les recettes de prémix imaginées par Victor Delpierre, barista et mixologue, champion du monde :



**Rendez-vous chaque mois sur la chaîne Youtube METRO !**

# CONSTRUIRE UN STORYTELLING



## ADN DE VOTRE ÉTABLISSEMENT

Cela peut se traduire par l'utilisation d'ingrédients locaux provenant de fournisseurs de confiance, la mise en avant de techniques de mixologie spécifiques à une région, ou l'incorporation d'éléments qui racontent l'histoire et la culture de votre restaurant.



## CHOIX DES INGRÉDIENTS

Mettez en avant des cocktails qui célèbrent les ingrédients de votre région, soulignant votre engagement pour la fraîcheur et la qualité. Si votre cuisine met en avant des produits du terroir, vos cocktails devraient suivre cette même philosophie, en utilisant des spiritueux artisanaux ou des herbes du jardin de l'établissement. Cette cohérence entre la cuisine et les cocktails renforce l'expérience globale de vos clients



## COHÉRENCE SAISONNIÈRE

La carte des cocktails doit évoluer avec les saisons, offrant des créations qui correspondent aux goûts et aux atmosphères du moment. Un cocktail rafraîchissant à base de fruits d'été aura sa place en plein mois d'août, tandis que vous pourrez proposer une boisson épicée en hiver. Cette adaptation saisonnière montre votre adaptabilité et votre capacité à rester en phase avec les attentes de votre clientèle.

**Voici quelques points à considérer pour développer un storytelling efficace dans votre carte des cocktails.**



## NOM DES COCKTAILS

Le choix et le nom des cocktails doivent raconter une histoire en parallèle de celle de votre menu. Évitez les noms génériques et optez pour des appellations qui ont un lien avec votre ADN. Un nom évocateur peut susciter la curiosité des clients et les inciter à en savoir plus sur l'histoire derrière le cocktail.



## FORMATION ET NARRATION

Enfin, vos équipes doivent être capables de transmettre cette cohérence aux clients. La formation doit inclure non seulement la préparation des cocktails, mais aussi la capacité de partager leur origine et leur lien avec le concept du restaurant. Encouragez vos employés à devenir des conteurs de cocktails, capables d'expliquer avec passion l'histoire et l'âme de chaque boisson, créant ainsi une expérience client mémorable.

En intégrant ces éléments dans votre programme de formation, vous préparez votre personnel à offrir un service de qualité, à mieux vendre vos cocktails et, finalement, à enrichir l'expérience globale de vos clients.

## ÉTAPE 4 : MAÎTRISEZ L'ART DU SERVICE !

**Le service d'un cocktail est tout aussi important que sa préparation !**

Au moment de la prise de commande, informez vos clients sur la nature des cocktails, comme la concentration de l'alcool fort ou la typicité de goût (acidulé, fruité, amer...) pour cibler au plus juste leurs attentes.

D'ailleurs, le bar est un métier de service, et le service du cocktail est idéal pour nouer un lien avec sa clientèle dès le début du repas ! N'hésitez pas à proposer le cocktail signature de la maison en expliquant les raisons de sa conception. Cela favorise une première impression positive de votre établissement.

Après avoir pris la commande, l'attention se porte sur la préparation et la présentation.

Une fois prêt, la manière de présenter et de servir le cocktail est tout aussi importante !



## ÉTAPE 5 : FAITES CONNAÎTRE VOTRE OFFRE DE COCKTAILS

**Si vous voulez attirer de nouveaux clients grâce à votre offre de cocktails, il vous faut communiquer. Pas besoin de stratagèmes complexes ou d'investissements importants, voici quelques stratégies efficaces à mettre en place pour communiquer sur votre offre de cocktails.**

### OFFRES SPÉCIALES ET HAPPY HOURS

Proposez des offres spéciales, comme un cocktail de la semaine, des happy hours ou afterworks, pour attirer plus de clients pendant les heures creuses.

### MISE EN AVANT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Notre [guide sur les réseaux sociaux pour restaurateurs](#) vous apprend à utiliser les plateformes sociales comme Instagram, Facebook ou même TikTok pour partager des images et des vidéos de vos cocktails.

### CRÉER DES ÉVÉNEMENTS THÉMATIQUES

Organisez des soirées à thème autour de vos storycocktails. Cela peut être lié à des événements saisonniers, des célébrations locales ou des tendances de cocktails instagrammables.



### COLLABORATION AVEC DES INFLUENCEURS LOCAUX

Invitez-les à tester vos cocktails et partager leur expérience avec leur communauté. Cela peut augmenter votre visibilité auprès d'un nouveau public.

### FLYERS ET AFFICHES

Créez des flyers attractifs ou des affiches à placer dans votre établissement et aux alentours pour promouvoir vos offres de cocktails.

### NEWSLETTER ET EMAILING

Si vous disposez d'une liste de diffusion, envoyez régulièrement des newsletters mettant en avant vos nouveaux cocktails ou des offres spéciales.

En combinant ces stratégies de communication, vous pourrez non seulement accroître la notoriété de votre offre de cocktails, mais aussi attirer une clientèle plus large dans votre établissement.



## CONCLUSION

En résumé, une carte bien pensée et des techniques de cocktails simples, mais efficaces sont des éléments indispensables pour la différenciation de votre établissement.

C'est ce qui va vous permettre de rassurer votre clientèle dès le début du repas, d'attirer de nouveaux consommateurs friands de cocktails bien pensés et de proposer des produits faciles à composer, et à marge très intéressante pour votre établissement. Développer ses ventes de cocktails c'est maximiser ses chances de rentabilité pour un investissement de base relativement faible.

Les cocktails ne sont donc pas uniquement des créations pour le palais ; ils sont un élément de l'expérience globale que vous proposez. Ils doivent refléter l'esprit de votre établissement et parler à votre clientèle, renforçant ainsi votre identité et votre marque.

Des cocktails qualitatifs c'est aussi un moyen de fidéliser sa clientèle car la symbolique du cocktail c'est la convivialité, le partage, la joie, la célébration.

Pour vous aider à étoffer et perfectionner votre offre de cocktails, n'hésitez pas à consulter régulièrement notre site [metro.fr](http://metro.fr). Chaque mois, nous y proposons de nouvelles idées et des solutions pratiques pour lancer ou améliorer une offre de cocktails à la fois rentable et attrayante. Pensez également à suivre nos réseaux sociaux où Victor Delpierre, expert en mixologie, partage fréquemment ses astuces et recommandations pour enrichir votre carte.

Avec les bonnes ressources et un peu de pratique, l'excellence est à la portée de chaque restaurateur !



# UNE PREMIÈRE SÉLECTION D'ACCESSOIRES ET D'ÉQUIPEMENTS POUR COMPOSER VOS COCKTAILS



LE SHAKER  
CLASSIC 0.7L



LE JIGGER  
DOSEUR



LE STRAINER  
*(ou passoire à  
cocktail en inox)*



LE VERRE  
À MÉLANGE  
LONGILIGNE



LA CUILLÈRE  
DE BAR



LE PILON  
À COCKTAIL



LE ZESTEUR



L'ÉCONOME



LE VERRE  
HIGHBALL



LE VERRE OLD  
FASHION  
*(ou lowball)*



LE VERRE  
À MARTINI



LE VERRE  
MARGARITA



LE VERRE  
COUPÉ



MACHINE  
À GLAÇONS  
*(à air ou à eau)*

**METRO**