Communiqué de presse

LES HALLES METRO, EN PARTENARIAT AVEC SOMAPRO, SE MOBILISENT A NOUVEAU POUR LES RESTOS DU CŒUR

Lundi 24 mars 2025, Paris - Les équipes des Halles METRO et de SOMAPRO ont remis ce jour un chèque de 114 914 € aux Restos du Cœur. Une grande partie de ce don est rendue possible grâce à une opération commune initiée par SOMAPRO et soutenue par METRO France, qui s'est tenue du 1er octobre au 27 novembre 2024 dans toutes les halles METRO de l'hexagone. Un partenariat solidaire initié en 2017 qui mobilise chaque année clients et collaborateurs.

Depuis 2017, METRO France s'engage aux côtés des Restos du Cœur en partenariat avec SOMAPRO et sa marque propre METRO Chef. Chaque année, ses 99 halles participent à une opération dont une partie des bénéfices est reversée à l'association. L'objectif ? Fédérer autour d'une cause solidaire commune en proposant une initiative innovante et engageante pour les collaborateurs de METRO.

De gauche à droite : Jean-Noel Floquet, Directeur Achats Epicerie Salée METRO France, Nadia Menaa, Acheteuse Epicerie Sucrée METRO France, Jean-Yves Troy, Délégué général Les Restos du Cœur, Antoine Vairelles de SOMAPRO, Directeur Général, Véronique Linarès, Responsable du Pôle Développement de la collecte de fonds Les Restos du Cœur, Etienne Violeau, Directeur Achats Epicerie Sucrée METRO France, Carole Beauverger, Responsable Partenariats Entreprises/ Mécénat, Virgile Le Stum, Directeur commercial de SOMAPRO, Aurélie Demarcy, chargée de Mécénat, Fabrice Courtois, Directeur achats produits frais élaborés et épicerie METRO France.

UNE OPÉRATION 360° AVEC UNE PRÉSENCE INSTORE ET DIGITALE

Du 1er octobre au 27 novembre 2024, pour chaque achat d'un produit METRO Chef de la gamme de sauces et desserts déshydratés dans l'une des 99 halles METRO, 1€ était reversé aux Restos du Cœur. Cette opération a été mise en avant lors d'une « journée commando », réunissant les équipes terrain de METRO et de SOMAPRO au sein des halles pour maximiser son impact. Un dispositif 360° complété par une visibilité digitale à destination des clients de METRO France, ainsi qu'une mise en avant sur le site et les réseaux sociaux de l'enseigne.

« Cette initiative est une véritable source de fierté pour les équipes METRO France, qui s'investissent chaque année aux côtés de SOMAPRO avec un engagement et une énergie collective exemplaires. Elle reflète pleinement les valeurs de METRO France et sa volonté de conjuguer solidarité et partage. », Fabrice Courtois, Directeur achats produits frais élaborés et épicerie METRO.

« Fournisseur de METRO depuis plus de 25 ans, nous savions que nous partageons les mêmes valeurs. En proposant cette opération à leurs équipes en avril 2017 sur leur marque propre METRO Chef, nous n'avions pas de doute sur le fait qu'ils allaient nous suivre. Nous sommes fiers, en revanche, que cette opération se soit inscrite dans la durée en impliquant chaque année de plus en plus de monde à tous niveaux. Nous vivons ensemble une belle histoire de solidarité qui n'est pas près de s'arrêter », Aurore Schmitt, Directrice marketing SOMAPRO.

À propos de METRO France

METRO est le premier fournisseur de la restauration en France. Avec ses 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

À propos de SOMAPRO

Partenaire de la restauration depuis plus de 30 ans, Somapro est un fabricant français de préparations culinaires déshydratées. Ses produits sont majoritairement vendus sous marques de distributeurs. Il est d'ailleurs un fournisseur historique de METRO, en fabriquant aujourd'hui + de 50 références d'aides culinaires salées (fonds de sauce, jus, bouillons…) et préparations pour desserts commercialisés sous la marque METRO Chef dans 99 halles. Depuis 1986, les produits de Somapro sont utilisés en restauration, en boulangerie, en industrie ou chez les particuliers et sont vendus dans des conditionnements variés chez des distributeurs RHF (Restauration Hors Foyer), GMS (Grandes et Moyennes Surfaces), des distributeurs spécialisés ou encore des meuniers. Somapro donne, chaque jour à ses 45 collaborateurs une mission simple : mettre leur expérience et leurs compétences au service des clients. Très engagée en RSE, Somapro a été l'une des premières entreprises à être labellisée PME+ (Pour un Monde + Engagé), le label des entreprises indépendantes françaises à taille humaine, ayant des pratiques éthiques et responsables.