



LES HALLES METRO PUBLIENT UNE FEUILLE DE ROUTE POUR SORTIR DEFINITIVEMENT DES ŒUFS DE POULES EN CAGE D'ICI MARS 2028

Premier fournisseur de la restauration en France, les Halles METRO publient une feuille de route détaillée, saluée par l'association Anima, visant à proposer une offre d'œufs 100 % hors cage (plein air, sol et bio) d'ici début 2028. Cette publication marque une nouvelle étape dans l'engagement de METRO France en faveur de la transition de la filière avicole et de l'accompagnement des restaurateurs vers des alternatives plus responsables. Pour atteindre cet objectif, l'enseigne déploie une stratégie structurée, déjà à l'œuvre sur le terrain, qui s'articule autour de trois leviers complémentaires.

UNE OFFRE ALTERNATIVE RENFORCEE POUR UNE TRANSITION ACCESSIBLE

Pour garantir une accessibilité optimale aux professionnels, tout en préservant une origine 100% France, METRO France renforce son offre alternative avec :

- Le développement à sa marque d'une offre sans cesse élargie sous des formats professionnels sur les différentes alternatives aux œufs de poules en cages (sol, plein air, BIO)
- Le développement d'œufs liquides alternatifs à la cage à la marque METRO
- Une forte accélération de l'offre locale : avec plus de 30 Halles proposant en complément des œufs locaux, toujours hors cage et majoritairement plein air.
- Un partenariat renforcé avec LOEUF, autour d'un cahier des charges intégrant notamment des parcours arborés, l'accompagnement d'éleveurs en transition et l'engagement de premiers clients sur des volumes

UN ENGAGEMENT GLOBAL POUR SOUTENIR LA FILIERE ET INFORMER LES PROFESSIONNELS

Au-delà de l'offre produit, METRO France accompagne ses clients restaurateurs dans l'adoption des œufs alternatifs grâce à des initiatives pédagogiques et des actions de sensibilisation :

- Valorisation des modes d'élevage : une communication multicanale pour aider les professionnels à comprendre les enjeux et faire des choix éclairés.
- Accompagnement économique : des supports et recettes intégrant le calcul du surcoût des œufs alternatifs, pour faciliter leur adoption et mise en avant auprès des consommateurs.
- Formation des équipes commerciales aux marques propres et aux œufs alternatifs pour favoriser leur adoption.

UN ENGAGEMENT QUI S'INSCRIT DANS LA CONTINUITE

Selon un [rapport](#) publié par Anima en avril 2025, la part d'œufs hors cage dans le secteur du commerce de gros restait encore limitée en 2024, oscillant entre 25 % et 45 %. Dans la restauration hors domicile, seuls 33 % des ovoproduits étaient hors cage. À titre de comparaison,

la grande distribution atteignait déjà 81,7 % d'œufs hors cage, et l'agroalimentaire 65 % pour les ovoproduits.

Dans ce contexte, la publication de la feuille de route des Halles METRO constitue un signal fort : en rendant publique une trajectoire détaillée et ambitieuse, les Halles METRO souhaitent contribuer activement à l'accélération de cette transition dans un segment professionnel où l'accessibilité prix demeure un enjeu majeur.

« Avec cette feuille de route, nous franchissons une étape décisive dans la transformation engagée depuis plusieurs années. Notre objectif est clair : proposer aux restaurateurs une offre 100 % hors cage d'ici 2028, en soutenant les éleveurs qui s'engagent avec nous. Cette transition ne peut réussir que collectivement : elle repose sur l'accompagnement de la filière, la redéfinition de notre offre et la pédagogie auprès de nos clients. », **Marie Garnier, Directrice Qualité & RSE chez METRO France.**

Pour **Keyvan Mostafavi, directeur de l'ONG Anima** : *« La feuille de route de METRO montre ce que l'on peut attendre d'une entreprise qui prend au sérieux ses engagements. Il ne s'agit pas d'une simple promesse, mais d'une stratégie détaillée, construite en partenariat avec les producteurs et les restaurateurs, pour faire de la transition hors cage un succès. Nous saluons également l'ambition de METRO en faveur des œufs plein air. »*

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

À propos d'Anima

[Anima](#) est une association de protection animale qui mène une campagne nationale pour mettre fin à l'élevage en cage des poules pondeuses. Elle est la branche française de la coalition internationale Anima International. Anima travaille avec les grossistes alimentaires, les entreprises de la grande distribution, les industriels et les producteurs d'œufs pour accompagner leur transition vers des œufs de poules élevées hors cage (bio, plein air, sol). En février 2026, l'association a publié une [enquête](#) sur la présence d'œufs de poules en cage dans les supermarchés français, largement relayée par les journaux télévisés, la presse nationale et la radio. En avril 2025, elle a dévoilé un [rapport](#) analysant les progrès réalisés par les grossistes dans leur transition vers des approvisionnements en œufs de poules élevées hors cage. Au-delà du territoire français, Anima participe activement au plaidoyer européen visant à faire interdire l'élevage en cage des poules pondeuses à l'échelle de l'Union européenne, contribuant ainsi à un mouvement de transformation global de la filière.

