



Communiqué de presse, février 2025

LES HALLES METRO DEVOIENT UN NOUVEAU LIVRE BLANC POUR VALORISER L'ORIGINE FRANCE EN RESTAURATION

Toujours soucieux d'accompagner les restaurateurs dans leurs choix d'approvisionnement et leur engagement en faveur d'une alimentation plus locale et responsable, les Halles METRO lancent un nouveau guide en ligne gratuit pour aider les professionnels à valoriser l'Origine France au sein de leurs établissements. Il s'inscrit dans la continuité des engagements de METRO France, aux côtés de la charte Origine France, des initiatives « Éleveur & Engagé » et de la communauté « J'aime cuisiner français ».

Aujourd'hui, 70% des français déclarent acheter du « made in France » et 58% sont sensibles à la transparence sur l'origine des produits. Dans ce contexte, comment intégrer plus de produits français en restauration et en faire un levier de différenciation ? Ce guide apporte des réponses claires et pratiques en 10 points.

La première partie dresse le bilan sur les obligations légales concernant l'affichage de l'origine des produits. Aujourd'hui limitée aux viandes, cette réglementation pourrait s'étendre à d'autres catégories alimentaires.

Ensuite, ce guide s'intéresse aux attentes des consommateurs, de plus en plus soucieux de traçabilité et de circuits courts. Transparence et engagement sont des critères décisifs dans le choix d'un restaurant. En plus de fidéliser les clients, cuisiner des produits français c'est également soutenir un secteur en difficulté comme le rappelle le troisième volet.

Choisir des produits d'origine France, c'est aussi un engagement environnemental. La quatrième partie met en avant leur impact positif : réduction de l'empreinte carbone grâce à un transport limité et promotion de pratiques agricoles durables. Il souligne également le rôle des labels et certifications (AOP, IGP, Label Rouge, Bio) dans l'assurance d'une production de qualité.

Si le prix peut être un frein, la sixième partie souligne que 76% des français sont prêts à payer plus cher pour du « made in France », notamment dans l'alimentation d'où l'importance de communiquer dessus. Le septième et le huitième volet proposent des outils concrets pour capitaliser sur cette initiative : supports en salle, réseaux sociaux, événements thématiques ... autant de leviers pour sensibiliser et fidéliser les clients.

METRO France accompagne les restaurateurs dans cette démarche locale et responsable. Le neuvième chapitre présente les engagements de l'entreprise pour favoriser l'origine France, avec plus de 10 000 références de produits français et des partenariats avec 1 300 producteurs locaux. Ils fournissent enfin un guide pratique pour s'approvisionner facilement en produits certifiés origine France.





Pour télécharger le livre blanc « Pourquoi faut-il consommer des produits #origineFrance ? » :

https://www.metro.fr/metro/engagement-rse/offre-responsable/guide-origine-france?itm_pm=cookie_consent_accept_button

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 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 carbone et tendre vers plus de durable. www.metro.fr