



INFORMATION PRESSE

CHARTRE ORIGINE FRANCE

DANS UN CONTEXTE DE CRISE, LA PART ORIGINE FRANCE PROGRESSE A NOUVEAU EN 2022 DANS LA RHD GRACE A LA MOBILISATION DES 13 SIGNATAIRES

Paris, le 22 février – Alors que le Salon International de l'Agriculture va bientôt ouvrir ses portes, les signataires de la Charte Origine France ont dressé un nouveau bilan de leur action commune pour augmenter la part de produits français au sein de la restauration indépendante. Dans un contexte de crise inflationniste, énergétique, sanitaire et climatique pour certaines filières agricoles, les 13 signataires engagés ont su maintenir le cap et poursuivent leurs actions de sensibilisation et de promotion des produits Origine France.

Initiée par METRO France le 28 janvier 2020, la Charte Origine France, est désormais signée par 13 acteurs majeurs de la filière¹ RHD. Sa création s'est inscrite dans la suite logique des Etats généraux de l'alimentation organisés en 2017 et dans la continuité de l'action de la FNSEA, sur le syndicalisme économique et sur la valorisation des produits français auprès du consommateur.

La Charte Origine France témoigne de la nécessité d'une prise de conscience collective, et se traduit par la mise en place d'actions concrètes en lien avec une demande croissante de la part du consommateur sur la qualité et sur l'origine des produits qu'il consomme. Son objectif vise à mobiliser les membres des fédérations signataires et METRO afin de créer et renforcer sur tous les territoires le lien essentiel entre producteurs, petites et moyennes entreprises (PME), coopératives, entreprises de transformation, METRO et restaurateurs, pour promouvoir la qualité des produits des terroirs français, et soutenir le développement des filières.

L'enjeu de remonter la part de produits français dans la RHD, qui fait encore trop appel aux importations, impliquait une forte mobilisation des acteurs de la filière. En parallèle de cette prise de conscience, la crise a remis au cœur des débats le sujet de la souveraineté alimentaire, au cœur des attentes des Français, confirmant la nécessité des objectifs de l'initiative lancée par METRO France et les 12 Fédérations signataires.

Augmentation de la part Origine France dans la RHD en dépit de cette période complexe

Dans un contexte complexe, l'analyse des résultats des rayons frais montre une deuxième année d'évolution de l'objectif Origine France.

Les actions menées par les signataires ont permis d'augmenter de près de 1% la part de produits français sur l'ensemble des produits vendus en boucherie par METRO France auprès de sa clientèle professionnelle (soit 63,47% d'origine France au total). En deux ans de mise en œuvre de la Charte, cette progression cumulée est de près de 4% depuis 2019.

La part d'Origine France sur les différents produits de la boucherie s'établit désormais à :

bœuf frais	61,02 %	poulet frais	65,21 %
porc frais	74,77 %	volaille frais	87,98 %
veau frais	58,95 %	gibiers	87,15 %

L'ensemble de ces données ont été vérifiées et attestées par un tiers de confiance, le Cabinet KPMG.

¹ L'ANIA, La Coopération Agricole, CFA, la CGAD, la FEEF, FNB, FNP, FNSEA, le GHR, JA, Légumes de France, METRO France et l'UMIH



Sur ce même segment, le steak haché et les tartares sont à 100 % français, au même titre que la viande de lapin, les œufs et le lait. Sur d'autres espèces, des efforts sont encore à mener pour renforcer les approvisionnements origine France.

En matière de fruits et légumes, dans la période saisonnière, seuls les produits français sont mis en avant. À noter que 100 % des pommes de terre filière sont Origine France. De nombreuses initiatives sont également lancées avec la Production française pour développer de nouvelles offres de fruits et légumes répondant aux attentes de la Restauration : ces actions sont de nature à mettre en valeur la qualité des produits français et augmenter la part Origine France

Poursuite des actions de sensibilisation en faveur de l'origine France

Dans la poursuite de leurs actions, les organisations signataires ont pour perspective de s'inscrire dans la mise en œuvre des Lois EGalim 1 et 2, en renforçant notamment la contractualisation entre les producteurs ou leurs Organisations de producteurs (OP) et les premiers acheteurs, afin de s'assurer de la construction du prix prenant en compte les indicateurs de coût de production et de marché.

Comme en 2022, les signataires renouvelleront des événements locaux en faveur de l'origine France. Le premier d'entre eux se déroulera en mobilisant les 99 Halles METRO le 26 juin 2023, et réunira tous les partenaires de la Charte Origine France : les producteurs locaux, les PME transformatrices et les restaurateurs.

Les actions volontaires lancées ont produit des effets ; la mobilisation reste entière pour poursuivre ces progressions en répondant aux attentes des restaurateurs et des concitoyens pour promouvoir l'excellence des produits français.

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

