



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, 19 mars 2026

GÈME ÉDITION DU DEJEUNER DES PRÉSIDENTS DE LA CHARTE ORIGINE FRANCE UN BILAN POSITIF POUR LA RESTAURATION FRANÇAISE

METRO France, en partenariat avec 12¹ fédérations majeures de la filière agricole et alimentaire, a réuni ces organisations le 11 mars 2026 pour faire le bilan des actions menées en faveur de l'Origine France dans la restauration. Cette rencontre annuelle a été l'occasion de présenter des avancées notables sur 2025 ainsi que des initiatives ambitieuses prévues pour 2026.

DES AVANCÉES CONCRÈTES ET UNE MOBILISATION RENFORCÉE

Depuis la signature de la Charte Origine France en janvier 2020, soutenue par les ministères de l'Agriculture, de l'Industrie et du Commerce, METRO France et ses partenaires poursuivent un objectif clair : revaloriser les produits agricoles français dans la restauration et sensibiliser les consommateurs à leur qualité. Un suivi annuel, certifié par KPMG, permet d'évaluer la progression de cet engagement.

En 2025, dans un contexte économique difficile pour la Restauration indépendante avec une baisse nette dans la restauration traditionnelle, plusieurs avancées significatives ont été notées :

- Sur l'ensemble du rayon Boucherie : progression de 1,77 points entre 2024 et 2025 sur la part de viandes d'origine France.
- Porc : La quote-part Origine France est stable à 75,62%
- Poulet : La quote-part Origine France progresse de 2,65 points pour s'établir à 73,11%. Sur les volailles hors Poulet, cette quote-part est à 91,94%, une belle progression de près de 6 points.
- Boeuf : une très légère baisse en 2025 avec une quote-part à 50,37%
- Veau : la quote-part est à 57%, en progression de 4,13 points par rapport à 2024
- Fruits et légumes : 64,65 % des légumes vendus en 2025 sont d'origine France (+1,65 points vs 2024), avec la poursuite de la relocalisation de la production de champignons et pommes de terre. Un soutien particulier a été mis en place face à la surproduction de choux-fleurs bretons, plus de 1 100 colis ont ainsi été écoulés.



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



UNE STRATEGIE AMBITIEUSE POUR 2026

Afin de maintenir cette dynamique et de renforcer la présence des produits d'Origine France en restauration, plusieurs initiatives stratégiques seront déployées en 2026 :

- Le BigBang Origine France, un événement phare prévu en octobre 2026 pour mobiliser l'ensemble des acteurs de la filière.
- La poursuite des engagements INTERBEV, avec le déploiement de la 2^{ème} édition des masterclass vers les équipes de vente de METRO France au printemps pour mieux vendre encore la viande française
- La participation à l'Observatoire de l'Origine de la FNSEA et de Jeunes Agriculteurs, une initiative collective réunissant une vingtaine d'acteurs de la production à la consommation dont METRO France

UN ENGAGEMENT COLLECTIF POUR LA SOUVERAINETE ALIMENTAIRE

L'engagement en faveur de l'Origine France repose sur une mobilisation collective et durable. Issue d'un travail conjoint entre les acteurs de la filière, la Charte Origine France apporte une réponse concrète aux enjeux de souveraineté alimentaire et de valorisation des produits français. En poursuivant les actions déjà engagées et en déployant de nouvelles initiatives, METRO France et ses partenaires affirment leur volonté de jouer un rôle moteur pour promouvoir un approvisionnement plus local, plus responsable et plus durable dans la restauration.

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 leur empreinte carbone et tendre vers plus de durable.

www.metro.fr