



INFORMATION PRESSE

22 février 2024

CHARTRE ORIGINE FRANCE

UN ENGAGEMENT FORT ET INEDIT QUI CONTINUE SA PROGRESSION

L'année 2023 a été caractérisée par un contexte de crises multiples qui a touché l'ensemble de la filière RHD de l'amont à l'aval (forte inflation des produits alimentaires, baisse de volumes dans la consommation en restaurant etc...). Néanmoins la Charte Origine France, portée par 12 fédérations majeures et lancée par METRO France, a continué depuis 2020 à faire progresser la part d'achat de produits français et locaux dans la restauration.

METRO France et 12¹ Fédérations majeures de la filière agricole et alimentaire ont lancé en 2020, une initiative inédite en France tout secteur confondu : la Charte Origine France. Elle témoigne de la nécessité d'une prise de conscience collective, et se traduit par la mise en place d'actions concrètes sur les territoires pour créer des synergies, revaloriser les produits agricoles français bruts sur les cartes des restaurants et sensibiliser le consommateur final sur l'origine et la qualité.

L'objectif ? 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 l'origine France dans la restauration. Pour cela, des temps de réflexion filière (« Cercles Locaux de Réflexion ») entre les acteurs signataires de la production, fournisseurs PME, METRO France et la restauration indépendante sont organisés et des actions concrètes (« Big Bang Origine France ») autour d'événements avec les acteurs locaux des territoires sont menées.

L'enjeu est d'accroître la part de produits français dans la RHD, qui fait encore trop appel aux importations, impliquant une forte mobilisation des acteurs de la filière. En parallèle de cette prise de conscience, la crise a remis au cœur des débats l'origine France de nos produits, confirmant ainsi les objectifs de l'initiative lancée par METRO France et les 12 Fédérations signataires.

UNE PROGRESSION DE L'ORIGINE FRANCE POUR LA VIANDE ET LES FRUITS ET LEGUMES

Chaque année, les résultats des actions sont audités par le Cabinet KPMG et permettent de suivre très concrètement l'évolution de la part de produits français dans l'achat des clients restaurateurs de METRO.

Ces dernières années, certaines filières ont été affectées par des crises conjoncturelles, en particulier, celles du secteur de la Boucherie. Pour illustration, la filière poulet connaît depuis deux ans d'importantes difficultés liées à des crises sanitaires comme la grippe aviaire. Entre 2019 et 2023, la Charte Origine France a permis de maintenir à 65,32 % la part de poulet français dans les Halles METRO. La filière bœuf n'a pas échappé à la règle et a été touchée par une forte inflation (notamment sur le haché) qui a conduit à une baisse des volumes de 7,9 %. Néanmoins la part de bœuf français reste élevée et s'établit à 58,11% au sein de l'enseigne.

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



De manière générale sur l'ensemble des produits Boucherie, la part globale Origine France METRO France a augmenté de 1,24 point entre 2019 et 2023. Elle a particulièrement progressé sur le porc (+1,19 points), le veau (+ 6,80 points) et les volailles-*hors poulet*- (+5,18 points). La part de porcs français s'établit désormais à près de 74%, celle de veau à 56,72% et celle de volailles-*hors poulet*-à 85,11%.

Quant aux fruits et légumes, la part des 100% Origine France reste élevée avec les kiwis, pommes, noix, mâches, concombres, betteraves endives etc...avec une attention toute particulière à la saisonnalité dans les Halles METRO.

Les actions lancées sur les territoires ont eu des effets positifs ; l'engagement reste total pour maintenir et augmenter ces progressions en répondant aux attentes des restaurateurs et des concitoyens afin de 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

