



LES HALLES METRO, EN PARTENARIAT AVEC SOMAPRO, SE MOBILISENT A NOUVEAU POUR LES RESTOS DU CŒUR

Les équipes METRO et de SOMAPRO ont remis le jeudi 5 février 2026 un chèque de 122 962 € aux Restos du Cœur. L'intégralité de ce don est rendue possible grâce à une opération commune initiée par SOMAPRO et soutenue par METRO France, qui s'est tenue du 2 octobre au 29 novembre 2025 dans toutes les halles METRO de l'hexagone. Un partenariat solidaire initié en 2017 qui mobilise chaque année clients et collaborateurs.

Depuis 2017, METRO France s'engage aux côtés des Restos du Cœur en partenariat avec SOMAPRO et sa marque propre METRO Chef. Chaque année, ses 99 halles participent à une opération dont une partie des bénéfices est reversée à l'association. L'objectif ? Fédérer autour d'une cause solidaire commune en proposant une initiative innovante et engageante pour les collaborateurs de METRO.



De gauche à droite : Antoine Vairelles, Directeur Général (Somapro), Aurore Schmitt, Directrice marketing (Somapro), Jean-Noel Floquet, Directeur Achats Epicerie Salée (Metro), Nadia Menaïa, Acheteuse Epicerie Sucrée (Metro), Emmanuelle Romestaing, Directrice achats liquide et épicerie (Metro), Etienne Violeau, Directeur Achats Epicerie Sucrée (Metro), Jean-Michel Richard, Président (Association Les Restos du Cœur), Virgile Le Stum, Directeur commercial (Somapro), Camille Rifaux, Acheteuse Epicerie Salée (Metro), Fabienne Lambert, Secrétaire Générale (Association Les Restos du Cœur)

UNE OPÉRATION 360° AVEC UNE PRÉSENCE INSTORE ET DIGITALE

Du 2 octobre au 29 novembre 2025, pour chaque achat d'un produit METRO Chef de la gamme d'aides culinaires et préparations desserts déshydratées dans l'une des 99 halles METRO, 1€ était reversé aux Restos du Cœur. Cette opération a été mise en avant lors d'une « tournée commando », réunissant les équipes terrain de METRO et de SOMAPRO au sein des halles pour maximiser son impact. Un dispositif 360° complété par une visibilité digitale à destination des clients de METRO France, ainsi qu'une mise en avant sur le site et les réseaux sociaux de l'enseigne.

« Nous sommes extrêmement fiers d'avoir, une fois encore, rassemblé les équipes METRO, Pro à Pro et Somapro ainsi que nos clients restaurateurs autour d'un même élan de solidarité avec les Restos du Cœur. Quand chacun met son énergie et son cœur au service d'une cause aussi essentielle, le collectif prend tout son sens. La remise du chèque a été un moment de partage fort, qui nous rappelle pourquoi nous agissons — et qui nous donne déjà l'envie d'aller encore plus loin l'année prochaine. », Emmanuelle Romestaing, Directrice achats liquide et épicerie METRO

« Fournisseur de METRO depuis plus de 25 ans, nous savions que nous partageons les mêmes valeurs. En proposant cette opération à leurs équipes en avril 2017 sur leur marque propre METRO Chef, nous n'avions pas de doute sur le fait qu'ils allaient nous suivre. Nous sommes fiers, en revanche, que cette opération se soit inscrite dans la durée en impliquant chaque année de plus en plus de monde à tous niveaux. Nous vivons ensemble une belle histoire de solidarité qui n'est pas près de s'arrêter », Aurore Schmitt, Directrice marketing SOMAPRO.

À 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 durable. www.metro.fr

À propos de SOMAPRO

Partenaire de la restauration depuis plus de 30 ans, Somapro est un fabricant français de préparations culinaires déshydratées. Ses produits sont majoritairement vendus sous marques de distributeurs. Il est d'ailleurs un fournisseur historique de METRO, en fabriquant aujourd'hui + de 50 références d'aides culinaires salées (fonds de sauce, jus, bouillons...) et préparations pour desserts commercialisés sous la marque METRO Chef dans 99 halles. Depuis 1986, les produits de Somapro sont utilisés en restauration, en boulangerie, en industrie ou chez les particuliers et sont vendus dans des conditionnements variés chez des distributeurs RHF (Restauration Hors Foyer), GMS (Grandes et Moyennes Surfaces), des distributeurs spécialisés ou encore des meuniers. Somapro donne, chaque jour à ses 45 collaborateurs une mission simple : mettre leur expérience et leurs compétences au service des clients. Très engagée en RSE, Somapro a été l'une des premières entreprises à être labellisée PME+ (Pour un Monde + Engagé), le label des entreprises indépendantes françaises à taille humaine, ayant des pratiques éthiques et responsables.