



Communiqué de presse

METRO FRANCE S'ENGAGE EN FAVEUR DES VIANDES FRANÇAISES ET CONTRIBUE AVEC INTERBEV A LA PRESERVATION DU MODELE D'ELEVAGE DURABLE

Paris, lundi 24 février 2025 – A l'occasion du Salon International de l'Agriculture, METRO France et Interbev ont signé une charte d'engagement qui marque une étape clé dans l'accompagnement du secteur de la restauration vers une consommation plus locale et responsable de viandes. Pour répondre aux attentes fortes des clients ainsi qu'aux attentes des restaurateurs, METRO France est mobilisé et engagé dans la promotion des viandes Origine France. INTERBEV, l'Interprofession Elevage et Viande, l'accompagne dans cette démarche à travers un programme d'actions ambitieux visant à former et sensibiliser les équipes commerciales et les restaurateurs aux atouts des viandes de bœuf et de veau issues de nos terroirs.

UN OBJECTIF COMMUN : PLUS DE VIANDES LOCALES ET DE QUALITE DANS LES MENUS

Aujourd'hui, 95 % des clients souhaitent que les restaurateurs proposent plus de viande d'Origine France et 80 % des restaurateurs considèrent l'origine française comme un critère d'achat essentiel¹.

Un constat que METRO France a fait depuis longtemps en initiant, dès 2020, une charte inédite réunissant 12 fédérations de la filière autour de l'Origine France, et en lançant une communauté de 1000 restaurateurs sous l'affirmation « J'Aime Cuisiner Français ».

Aujourd'hui, METRO France va encore plus loin en s'associant à INTERBEV pour accompagner les restaurateurs dans la valorisation des viandes locales et de qualité, tout en soutenant le modèle d'élevage français durable.

Ce partenariat vise à :

1. **Mieux connaître, et faire connaître** aux restaurateurs la filière Élevage et Viandes, l'élevage durable et la qualité des viandes de bœuf et de veau issues de nos terroirs.
2. **Préserver le modèle d'élevage français** durable, autonome, herbager et à taille humaine, qui joue un rôle clé pour nos territoires : il entretient les paysages, favorise la biodiversité, préserve la qualité de l'eau et contribue au stockage du carbone dans les sols des prairies, tout en assurant la vitalité économique des territoires.
3. **Identifier les avantages** de proposer des viandes de bœuf et de veau locales, de qualité, et savoir les valoriser auprès des restaurateurs.

1. Sources : 1Etude Audirep pour INTERBEV menée en mai 2024 auprès d'un échantillon de 1 511 personnes, représentatif de la population française âgée de 25 ans et plus, ayant fréquenté les restaurants traditionnels français au cours des 12 derniers mois. 2Etude menée par METRO France en juin/juillet 2024.



4. **Mieux comprendre les attentes des clients** qui apprécient consommer ces viandes au restaurant et demandent à savoir d'où elles viennent.
5. **Aider les restaurateurs** à répondre aux attentes de leurs clients à travers les plats qu'ils proposent pour mieux les satisfaire et les fidéliser.
6. **Favoriser l'équilibre matière et garantir la juste rémunération** de tous les acteurs de la filière, dont les éleveurs.
7. **S'inscrire dans la lutte contre le gaspillage alimentaire** en proposant une viande de qualité.

DES OUTILS CONCRETS POUR ACCOMPAGNER LES RESTAURATEURS

INTERBEV met à disposition de METRO France des outils et des formations permettant de mieux connaître les atouts de l'élevage français et les avantages de proposer des viandes locales, durables et de qualité, afin d'optimiser les achats de viandes et répondre ainsi aux attentes des clients. Ce programme comprend :

- **Des masterclass** destinées aux équipes commerciales,
- **Un accompagnement personnalisé** chez les restaurateurs,
- **Des simulateurs d'achats** illustrant l'importance de diversifier les morceaux proposés,
- **Des fiches techniques** pour optimiser les achats de viandes.

Avec cette initiative, METRO France et INTERBEV réaffirment leur volonté de structurer une offre plus locale, responsable et en adéquation avec les attentes des consommateurs. Ce partenariat marque une étape clé dans le soutien à la filière élevage et viande, garantissant une qualité optimale dans les assiettes et un modèle durable pour les territoires.

« Chez METRO France, nous avons une responsabilité majeure en tant que premier fournisseur de la restauration indépendante : guider les professionnels vers une restauration toujours plus responsable et transparente. Ce partenariat avec INTERBEV est une nouvelle étape clé dans notre engagement en faveur des viandes d'Origine France. En formant nos équipes et en mettant à la disposition des restaurateurs des outils concrets, nous œuvrons ensemble à la valorisation des viandes locales et de qualité, tout en soutenant un modèle d'élevage durable. », déclare **Pascal Peltier, Directeur Général de METRO France.**

« Renforcer la place des viandes de bœuf et de veau issues de nos terroirs, c'est bien plus qu'un engagement : c'est une ambition partagée qui mobilise toute une filière. C'est aussi un moyen de répondre aux attentes fortes des consommateurs qui veulent savoir d'où vient ce qu'ils ont dans leur assiette, et qui plébiscitent les produits d'origine France. INTERBEV porte cette ambition, en accompagnant les professionnels avec son expertise, ses outils et ses formations, pour structurer un approvisionnement durable, local et de qualité », déclare **Emmanuel Bernard, président d'INTERBEV Bovins.**

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.

1. Sources : 1Etude Audirep pour INTERBEV menée en mai 2024 auprès d'un échantillon de 1 511 personnes, représentatif de la population française âgée de 25 ans et plus, ayant fréquenté les restaurants traditionnels français au cours des 12 derniers mois. 2Etude menée par METRO France en juin/juillet 2024.

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

A propos d'Interbev

INTERBEV, l'Association Nationale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes, représente depuis 1979 les acteurs de la filière française de l'élevage et des viandes, qui compte plus de 500 000 emplois répartis entre les élevages, la mise en marché, l'abattage-transformation, la distribution et la restauration collective. L'interprofession couvre l'ensemble du territoire via ses 12 comités régionaux et rassemble 22 organisations nationales des filières bovine, ovine, équine et caprine, engagées à proposer des produits durables et identifiés tout au long de la chaîne. A u service d'une alimentation raisonnée et de qualité, les professionnels de la filière sont mobilisés depuis 2017 dans une démarche RSE labellisée, le « Pacte Sociétal », portée par la communication collective « Aimez la viande, mangez-en mieux. » signée « Naturellement Flexitariens ».

1. Sources : 1Etude Audirep pour INTERBEV menée en mai 2024 auprès d'un échantillon de 1 511 personnes, représentatif de la population française âgée de 25 ans et plus, ayant fréquenté les restaurants traditionnels français au cours des 12 derniers mois. 2Etude menée par METRO France en juin/juillet 2024.