

METRO

Le chef bruxellois Elliott reçoit le rôle principal dans la campagne METRO au niveau mondial



Jeudi 28 juin 2018 — Wommelgem - En tant que véritable ambassadeur des entrepreneurs indépendants, METRO lance une grande campagne avec un signal fort à l'égard de tous ses clients à travers le monde. Les entrepreneurs de l'horeca sont confrontés quotidiennement à des défis importants et le succès de leurs établissements requiert un dévouement absolu. Avec sa nouvelle campagne, METRO braque les projecteurs sur les efforts et l'énergie déployés par les entrepreneurs indépendants actifs dans l'horeca. Sous le slogan '*Votre succès est notre métier*', METRO souligne son engagement à soutenir concrètement le succès de ces gérants. L'entreprise joint d'emblée le geste à la parole en plaçant des clients (originaires de plus de 20 pays dans le monde) au cœur de sa campagne, en suivant leur histoire et en les soutenant dans la réalisation de leurs objectifs professionnels. Le chef bruxellois Elliott Van de Velde est l'un d'eux.

Elliott a 29 ans. Lorsqu'il a fondé Little Chef, il y a trois ans, il ne savait même pas couper des oignons ! Aujourd'hui, il possède une longueur d'avance sur d'autres chefs lorsqu'il



s'agit de recycler les restes alimentaires et fait preuve d'un solide engagement social. Avec son équipe, il travaille pour de grands clients et des événements privés, mais veille aussi à ce que les moins favorisés ne souffrent pas de la faim.

« Lorsque nous avons démarré notre entreprise, nous n'avions pas d'orientation précise », explique Elliott. « Nous voulions simplement prendre plaisir à cuisiner et partager notre passion pour l'alimentation avec nos clients. Mais à un moment donné, nous nous sommes demandés ce que les gens faisaient de leurs restes alimentaires. En y réfléchissant davantage, nous sommes entrés en contact avec des personnes qui n'ont rien à manger. Notre cap était tout trouvé et nous l'avons toujours gardé », ajoute Elliott. « En nous consacrant au gaspillage alimentaire, nous avons découvert une toute nouvelle façon de cuisiner. Nous allons chercher nos ingrédients chez METRO, parce que nous y trouvons tout ce dont nous avons besoin et n'avons donc pas à nous en préoccuper. »

« Conformément à notre objectif d'être un 'Champion for independent business', nous nous demandons constamment quels sont les besoins de nos clients et leur offrons des solutions durables et à valeur commerciale », déclare Vincent Nolf, CEO de METRO. « Placer les objectifs des entrepreneurs de l'horeca au cœur de nos préoccupations est une conséquence naturelle et logique de notre engagement. » METRO soutient ses 21 millions de clients à travers le monde avec des initiatives telles que *La journée des commerçants indépendants* qui a lieu chaque deuxième mardi d'octobre, et propose à ses clients professionnels une large gamme de services, y compris un soutien technique et numérique. Des initiatives qui vont toutes au-delà de l'activité principale de METRO afin d'offrir aux entrepreneurs la visibilité supplémentaire qui leur fait souvent défaut.

Ce nouveau branding deviendra progressivement visible à tous les niveaux de la communication, tant interne qu'externe, ainsi que sur tous les sites METRO du monde. Les visages et histoires des clients participant à la campagne peuvent être suivis sur le site web de leur pays d'origine. Sur www.metro.be, par exemple, vous pouvez en savoir plus sur Elliott, le chef bruxellois de Little Chef, qui propose une restauration durable en Belgique. Chaque entrepreneur participant à la campagne dispose d'un objectif spécifique et METRO s'engage à l'aider à l'atteindre dans l'année. Leurs success stories seront partagées en continu et un rapport sur les progrès réalisés sera publié en 2019.



La nouvelle campagne a été lancée avec le slogan accrocheur : *'Nous ne travaillons pas pour METRO'* qui a été diffusé via différents canaux en ligne. L'explication de ce message surprenant a été dévoilée aujourd'hui avec la communication de la deuxième partie de la campagne, axée sur l'engagement envers les clients professionnels : *'Nous travaillons pour le succès de millions d'entrepreneurs, petits et grands, partout dans le monde'*.

Vincent Nolf : « *Ce slogan souligne notre promesse de toujours placer le succès de nos clients au cœur de nos préoccupations. Nous ne travaillons pas pour METRO mais pour chacun de nos clients car nous nous engageons à les soutenir sur la voie du succès puisque 'Leur succès est notre métier'.* »

Elliott est très fier de pouvoir contribuer à cette campagne: « *C'est très bien d'être l'un des visages de la nouvelle campagne METRO. Cela représente un soutien important pour les entrepreneurs indépendants du secteur Horeca* ».