

ÉNONCÉ :
APPROVISIONNEMENT
RESPONSABLE/
BIEN-ÊTRE ANIMAL

Juillet 2021

metro

1. Vision de l'approvisionnement responsable

Offrir des produits responsables est l'une des priorités de la démarche de responsabilité d'entreprise (RE) de METRO. Depuis la publication de sa première Feuille de route de RE en 2010, plusieurs initiatives liées à l'approvisionnement responsable ont été réalisées. En 2017, METRO s'est dotée d'un [Cadre directeur d'approvisionnement responsable](#) (Cadre directeur) et d'un [Code de conduite des fournisseurs](#) pour un approvisionnement responsable.

La démarche claire et rigoureuse adoptée par METRO pour encadrer ses achats s'articule sur ces deux documents structurants qui s'ajoutent à nos autres politiques et programmes d'approvisionnement responsable.

Le Cadre directeur et le Code de conduite des fournisseurs ont été développés selon les meilleures pratiques et des standards reconnus. Ils reposent sur **quatre grands principes** qui s'ajoutent aux critères de sélection de produits et services de METRO déjà applicables, tels que le prix, la qualité et la disponibilité :

- l'éthique commerciale,
- le respect des travailleurs et la contribution au développement socioéconomique,
- la protection de l'environnement,
- la santé et le bien-être animal.

2. Principes de gestion

La mise en œuvre du programme d'approvisionnement responsable de METRO est régie par des principes de gestion et rendue possible par le biais d'une série d'outils d'opérationnalisation.

- Collaboration avec nos fournisseurs dans une perspective d'amélioration continue;
- Recours à des pratiques, certifications ou à des initiatives de responsabilité d'entreprise reconnues;
- Prise en compte de la capacité du marché à offrir une solution de remplacement pour un produit à un prix concurrentiel et en quantité suffisante;
- Transparence et partage de nos résultats et initiatives;
- Suivi des résultats par l'utilisation d'indicateurs de performance et communication de

ces résultats dans le rapport annuel de responsabilité d'entreprise de METRO.

3. Approche en matière de bien-être animal

METRO se préoccupe de la santé et du bien-être des animaux, qu'ils soient terrestres ou aquatiques, dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Respect de la santé et du bien-être animal

- Prise en compte des besoins des animaux d'élevage
- Prévention de toute forme d'abus
- Conformité aux normes basées sur des fondements scientifiques

L'un des quatre principes sur lesquels reposent le Cadre directeur et le Code de conduite des fournisseurs est le **respect de la santé et du bien-être des animaux**. Ce principe vise à prévenir toute forme d'abus allant à l'encontre de la santé et du bien-être de l'animal et à rencontrer les besoins physiologiques et comportementaux des animaux.

METRO attend de ses fournisseurs qu'ils se réfèrent aux normes basées sur des **fondements scientifiques et reconnues** par les membres de leur industrie, qu'ils respectent les animaux et s'engagent à mettre en place des conditions d'élevage, de transport et d'abattage, ainsi que de pêche, reconnues comme adéquates pour la santé et le bien-être des animaux.

4. Engagements de METRO quant à l'offre de produits responsables

METRO a pris des engagements quant aux conditions de production et impacts associés aux produits alimentaires vendus dans son réseau de magasins. La plupart de ces engagements sont consacrés aux protéines animales.

- S'assurer que tous les fournisseurs de viande, volailles, œufs, lait et produits laitiers appliquent minimalement les Codes de pratiques pour les soins et la manipulation des animaux d'élevage;
- Développer une gamme de produits de viande de marques privées sans hormones de croissance;

ÉNONCÉ : APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE/BIEN-ÊTRE ANIMAL

- Encourager les fournisseurs de viande, volailles, œufs, lait et produits laitiers à bannir l'utilisation d'antibiotiques à titre préventif ou en tant que facteurs de croissance qui sont en usage chez l'homme;
- Développer une gamme de produits biologiques pour le poulet de marques privées;
- S'approvisionner à 100% au Québec et en Ontario pour le poulet de marque privée Irresistibles;
- Augmenter notre offre de produits de cacao, café, thé et tisane arborant une certification équitable;
- Augmenter notre offre de produits biologiques chaque année;
- Pour les crevettes issues de l'aquaculture : s'approvisionner à 100 % en crevettes certifiées BAP (Best Aquaculture Practices) pour nos produits de marques privées;
- Pour le saumon issu de l'aquaculture : s'approvisionner à 100 % en saumon frais certifié BAP (Best Aquaculture Practices) pour nos produits de marques privées;
- Offrir 100 % de thon en conserve provenant d'approvisionnement durable pour nos produits de marques privées.

5. Réalisations 2020

[Consultez notre Rapport de responsabilité d'entreprise 2020 \(PDF\)](#)

Pour les fournisseurs de viande, volailles, œufs, lait et produits laitiers :

- appliquer minimalement les Codes de pratiques pour les soins et la manipulation des animaux d'élevage;
- encourager à bannir l'utilisation d'antibiotiques à titre préventif ou en tant que facteurs de croissance qui sont en usage chez l'homme.

Viande et volailles

Nous avons procédé à ce jour à l'évaluation de 45 % de nos fournisseurs de viande et de volailles non transformées. Nous avons raffiné notre méthodologie d'évaluation de façon à mieux distinguer les fournisseurs ayant des contacts avec les animaux d'élevage. Ils sont regroupés en quatre catégories : producteurs, abattoirs, transformateurs et distributeurs.

- 92 % de nos producteurs ont été évalués, représentant la presque totalité de nos achats. 100 % d'entre eux respectent notre engagement lorsqu'un code est développé pour l'animal concerné (pour 5 % des producteurs évalués, il n'existe pas de tel code). 82 % des producteurs évalués répondent aux attentes de METRO en matière d'utilisation des antibiotiques.
- 79 % de nos fournisseurs dont la principale activité est d'abattre des animaux ont été évalués, représentant 86 % de nos achats. 100 % d'entre eux appliquent minimalement les codes de pratiques tandis que 53 % respectent nos critères relatifs aux antibiotiques.

Œufs, lait et produits laitiers

Près de 50 % de nos fournisseurs d'œufs et de lait ont été évalués, représentant la quasi-totalité de notre offre globale. Près de 100 % d'entre eux répondent à nos attentes quant aux codes de pratiques et aux antibiotiques.

Près de 40 % de nos fournisseurs de produits laitiers ont été évalués, représentant plus de 90 % de notre offre globale. Plus de 80 % d'entre eux répondent à nos attentes quant aux codes de pratiques et aux antibiotiques.

Développer une gamme de produits de viande de marques privées sans hormones de croissance.

Considérant la réglementation canadienne, seul le bœuf est concerné par cet engagement. Les conditions de marché ne sont actuellement pas réunies pour que METRO puisse offrir un tel produit. Nous poursuivons néanmoins nos démarches.

Développer une gamme de produits biologiques pour le poulet de marques privées.

Cet objectif a été atteint en 2017. La gamme de poulet frais Irresistibles Biologique comprend six produits, ce qui représente presque 50 % des produits de poulet Irresistibles.

S'approvisionner à 100 % au Québec et en Ontario pour le poulet de marque privée Irresistibles.

Tout le poulet de marque privée Irresistibles provient soit du Québec ou de l'Ontario.

Augmenter notre offre de :

- produits de cacao, café, thé et tisane certifiés équitables;
- produits biologiques.

Nous avons à nouveau enregistré une augmentation du nombre de produits équitables et biologiques. Nous avons lancé les barres de chocolat Mieux-être Biologique qui arborent également la certification équitable.

Pour le saumon et les crevettes issus de l'aquaculture, s'approvisionner à 100 % de produits certifiés BAP (Best Aquaculture Practices) pour nos produits de marques privées.

Nous nous approvisionnons à 100 % en saumon certifié BAP et à 97 % en crevettes certifiées BAP; les crevettes représentant les 3 % résiduels sont certifiées biologiques.

Offrir 100 % du thon en conserve provenant d'approvisionnement durable pour nos produits de marques privées.

100 % de notre offre de thon en conserve de marques privées respecte cet engagement d'approvisionnement durable : le produit ne provient pas de stocks clairement menacés, le fournisseur contribue à la conservation de l'espèce et/ou à l'amélioration des techniques de pêche et il est en mesure de démontrer la traçabilité jusqu'au navire de pêche en tout temps.

6. Engagements pris avec l'industrie – mise à jour

À titre de membre actif de l'industrie du détail au Canada, nous travaillons avec nos fournisseurs pour favoriser l'adoption de pratiques responsables et trouver de meilleures alternatives lorsque nécessaires. C'est dans ce contexte que nous avons pris des engagements d'industrie via le Conseil canadien du commerce de détail :

Porc

En 2013 : s'approvisionner en produits de porc frais provenant uniquement de truies élevées avec des pratiques de logement alternatives avant la fin de l'année 2022.

En 2021 : Au travers de discussions continues avec nos fournisseurs, il s'est avéré que cet engagement ne serait pas atteignable par l'industrie dans les délais prévus, soit d'ici 2022. Au Canada, les éleveurs de porc demeurent déterminés à faire la transition vers le logement en groupe, et le processus est en cours. Le Conseil canadien du porc estime que l'élevage de 60 % des truies se fera en groupe d'ici 2024 et qu'on devrait atteindre 100 % d'ici 2029¹. METRO suit attentivement cette transition auprès de ses fournisseurs et reste déterminée à augmenter son approvisionnement en produits de porc frais provenant de truies élevées sans cage de gestation. Nous ferons état de nos progrès annuellement dans notre rapport de responsabilité d'entreprise.

Œufs

En 2016 : engagement volontaire à acheter des œufs de poules élevées en liberté d'ici la fin de 2025.

En 2021 : Au travers de discussions continues avec nos fournisseurs, il s'est avéré que cet engagement ne serait pas atteignable par l'industrie dans les délais prévus, soit d'ici 2025. Les producteurs d'œufs du Canada prévoient éliminer complètement l'utilisation des cages classiques, lesquelles restreignent certains comportements naturels des poules, et ce, d'ici 2036². METRO continuera de travailler avec ses fournisseurs pour augmenter son offre d'œufs provenant de poules élevées en liberté ou en logement enrichi. Aujourd'hui, plus de 50 % des œufs de la marque Mieux-être de METRO sont biologiques et issus de poules élevées en liberté, y compris 100 % des œufs bruns Mieux-être. METRO va continuer de se renseigner sur la meilleure alternative aux cages classiques quant au bien-être des poules pondeuses afin de guider nos pratiques d'achats. Nous ferons état de nos progrès annuellement dans notre rapport de responsabilité d'entreprise.

Veau

METRO soutient publiquement le plan des associations de producteurs de veau du Québec et de l'Ontario visant à faire passer les éleveurs qui utilisent des stalles individuelles à des logements collectifs. Nous avons respecté notre engagement et, depuis décembre 2018,

¹ Examen quinquennal du Code de pratiques pour le soin et la manipulation des porcs :

https://www.nfacc.ca/pdfs/codes/public-comment-periods/pig/2019%20Pig%20code%20review%20CTP%20Summary%20Report_FR%20REV.pdf

² Code de pratique pour le soin et la manipulation des poulettes et pondeuses :

<https://www.nfacc.ca/codes-de-pratiques/poulettes-et-pondeuses>

ÉNONCÉ : APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE/BIEN-ÊTRE ANIMAL

100 % de notre veau frais offert provient de fournisseurs qui ont fait la transition vers des logements collectifs.

Malgré les ajustements apportés aux engagements pris avec l'industrie sur le porc et les œufs, METRO demeure fermement engagée à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés en matière de bien-être animal dans le cadre de sa démarche d'approvisionnement responsable.