POLITIQUE D'ACHAT LOCAL

Mise à jour
Septembre 2026

metro

Table des matières

1. Vision 2
2. Portée 2
3. Responsabilités 2
4. Principes directeurs 3
5. Approche de mise en œuvre 4
6. Reddition de comptes 5

1. Vision

METRO reconnaît que les produits et fournisseurs locaux contribuent à la santé et au mieux-être des communautés dans lesquelles elle est implantée et qu'ils y génèrent des retombées socioéconomiques durables.
La politique d'achat local s'inscrit dans la démarche de responsabilité d'entreprise (RE) de METRO qui vise notamment à soutenir ses communautés, à adopter des pratiques d'approvisionnement responsables et à gérer son empreinte environnementale.
Avec de cette politique, METRO vise à :

- Faciliter l'accès aux produits locaux;
- Bâtir des relations durables avec des fournisseurs locaux innovants qui se démarquent par leurs méthodes de production ou l'originalité de leurs produits;
- Être un acteur clé du renforcement socioéconomique de ses communautés.

2. Portée

La présente politique vise les achats de produits alimentaires locaux offerts dans l'ensemble de nos magasins d'alimentation au Québec et en Ontario. Elle vise également les produits manufacturés non-alimentaires offerts au Québec dans l'ensemble de nos magasins d'alimentation et dans les pharmacies affiliées à nos bannières.

Cette politique a été initialement adoptée en 2013, puis a fait l'objet d'une révision en 2016. Elle a à nouveau été mise à jour en décembre 2022.

3. Responsabilités

La mise en œuvre de cette politique et l'amélioration continue de ses résultats sont supervisées par les vice-présidences de METRO qui ont la responsabilité d'acheter et de mettre en marché les produits offerts dans nos magasins d'alimentation du Québec et de l'Ontario et dans les pharmacies du Québec affiliées à nos bannières.

4. *Principes* directeurs

La politique d'achat local repose sur trois principes directeurs qui permettent à METRO d'optimiser l'accessibilité et la promotion des produits locaux. Cette démarche se fait en fonction des besoins de notre clientèle et de l'offre des fournisseurs, et en harmonie avec les pratiques d'affaires de METRO.

4.1 - L'appui aux producteurs, transformateurs et manufacturiers provinciaux

Ce principe directeur vise à promouvoir les produits alimentaires québécois et ontariens ainsi que les produits non alimentaires québécois qui sont recherchés par une part importante de notre clientèle, dans ses provinces respectives. Il s'appuie notamment sur :

- L'organisme Aliments du Québec et ses quatre certifications (Aliments du Québec, Aliments préparés au Québec et leurs déclinaisons biologiques) qui garantissent l'origine québécoise des produits. Ces certifications sont soutenues par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et elles sont reconnues par l'industrie agroalimentaire du Québec dans son ensemble;
- Les deux marques qui identifient l'origine ontarienne des produits agroalimentaires : Ontario, Terre Nourricière (Foodland Ontario) et sa déclinaison biologique. Ces marques sont la propriété du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario et elles sont reconnues par l'industrie agroalimentaire de l'Ontario dans son ensemble;
- L'organisme Les Produits du Québec et ses trois marques de certification (Produit du Québec, Fabriqué au Québec, Conçu au Québec) qui garantissent la provenance québécoise des produits manufacturés non alimentaires. Cet organisme à but non lucratif est soutenu par le gouvernement du Québec.

Dans le cadre de ce principe directeur, nous poursuivons nos relations déjà bien établies avec Aliments du Québec et Ontario, Terre Nourricière, et nous développons notre collaboration avec Les Produits du Québec. De même, nous continuons d'être un partenaire de choix des diverses associations sectorielles qui font la promotion de la provenance québécoise et ontarienne des produits agricoles et agroalimentaires.

Ce principe directeur vise les produits québécois et ontariens à portée provinciale qui peuvent être distribués partout dans leur province d'origine. Parmi les produits qui correspondent à ces critères, METRO est à la recherche de produits variés et différenciés dont la fraîcheur, la qualité, la disponibilité et le rapport qualité / prix répondent aux attentes de notre clientèle.
Par ailleurs, les produits d'origine québécoise ou ontarienne qui sont dotés d'identifiants de provenance élaborés par des associations sectorielles sont également ciblés par ce principe.

Les fournisseurs visés par ce principe directeur sont, entre autres, des fournisseurs qui correspondent aux critères de certification établis par Aliments du Québec et par Les Produits du Québec et des fournisseurs agréés ou éligibles à être agréés par Ontario, Terre Nourricière. Ils possèdent une capacité de production et de distribution leur permettant d'approvisionner l'ensemble du réseau des magasins d'alimentation de METRO dans leurs provinces respectives ou des pharmacies du Québec affiliées à nos bannières.
Dans le contexte de cette politique, nous faisons référence aux fournisseurs d'envergure provinciale.

4.2 - L'appui aux fournisseurs innovants

Ce principe directeur vise à renforcer et à valoriser la relation entre METRO et les fournisseurs québécois et ontariens innovants qui font affaire avec METRO et qui maintiennent ou cherchent à augmenter leurs parts de marché.

Pour METRO, un fournisseur innovant propose un produit qui se distingue par son originalité, son emballage, sa recette, ses ingrédients ou sa fonction, ou un produit issu de pratiques de production performantes sur le plan environnemental, ou un produit agricole issu de pratiques culturales qui lui apportent une valeur ajoutée en termes d'attrait (goût, forme, couleur, conservation, primeur, etc.) ou de disponibilité sur les marchés.

METRO souhaite ainsi affirmer son intérêt pour les fournisseurs québécois et ontariens qui sont motivés et aptes à développer continuellement leurs produits ou leur production et qui présentent un potentiel de croissance en matière de distribution.

Notre intention est d'assurer, de concert avec nos partenaires, et tout particulièrement ceux des régions, le repérage de ces fournisseurs et de leurs produits par nos équipes, de fournir des orientations

permettant d'optimiser nos relations avec ces fournisseurs et de valoriser les actions réalisées en commun.

4.3 L'appui aux producteurs et transformateurs régionaux

Ce principe directeur vise à assurer la présence et la visibilité des produits régionaux dans nos réseaux de détail.

Il s'ancre, entre autres, aux identifications régionales développées et portées notamment par des tierces parties reconnues qui ont pour mission d'identifier et de faciliter la commercialisation des produits de leur région.

METRO souhaite ainsi assurer la présence en magasin d'une sélection distinctive des produits disponibles dans une région, à un prix compétitif pour sa clientèle.

Dans le même esprit, METRO poursuit la livraison directe dans son réseau de magasins d'alimentation de certains produits maraîchers, en saison estivale, puisque ce mode optimise la fraîcheur et la conservation de ces produits.

Les produits seront distribués à l'échelle régionale, en limitant le nombre d'intermédiaires entre le fournisseur et le magasin. Parmi les produits qui sont répertoriés par les tierces parties régionales, METRO est à la recherche de produits variés et différenciés dont la fraîcheur, la qualité, la disponibilité et le rapport qualité / prix permettent de répondre aux attentes de notre clientèle.

Les fournisseurs visés par ce principe directeur sont ceux dont les affaires sont réalisées dans une région visée notamment par une identification régionale; dans le contexte de cette politique, nous ferons référence aux fournisseurs régionaux.

5. Approche de mise en œuvre

Avec cette politique d'achat local, METRO vise à mobiliser ses employés, marchands, pharmaciens propriétaires du Québec affiliés à ses bannières et leurs équipes, ainsi que ses partenaires et fournisseurs afin qu'ils facilitent l'accès aux produits locaux à leurs clients.

METRO se donne les lignes directrices suivantes pour guider la mise en œuvre des principes directeurs de cette politique :

- Augmenter la variété des produits locaux dans nos magasins d'alimentation et dans les pharmacies du Québec affiliées à nos bannières en :
  - Favorisant l'augmentation du nombre de produits arborant les certifications Aliments du Québec, la marque Ontario, Terre Nourricière et les marques de certification Les Produits du Québec;
  - Continuant de développer des partenariats avec des associations sectorielles;
  - Entretenant un canal de communication permettant aux fournisseurs régionaux innovants qui répondent aux attentes spécifiées de proposer leurs produits.

- Faciliter le repérage des produits locaux dans nos magasins d'alimentation et dans les pharmacies du Québec affiliées à nos bannières en :
  - Réalisant des initiatives pour promouvoir les produits locaux en magasin et sur les diverses plateformes de communication et de commercialisation de METRO;
  - S'assurant que les produits porteurs des certifications Aliments du Québec, de la marque Ontario, Terre Nourricière et des marques de certification Les Produits du Québec soient facilement identifiables dans les magasins d'alimentation METRO dans leur province d'origine et dans les pharmacies affiliées à nos bannières au Québec.

- Soutenir les fournisseurs régionaux en :
  - Accompagnant les fournisseurs régionaux dans leur développement, de la sélection de leurs produits jusqu'à leur introduction en magasin;
  - Continuant à initier des projets permettant à des fournisseurs régionaux de renforcer leur capacité de production ou de distribution.

6. Reddition de comptes

Pour plus d'information sur notre approche en matière de d'achat local, veuillez consulter la section responsabilité d'entreprise de notre site web corporatif, où sont disponibles notre rapport de responsabilité d'entreprise annuel ainsi différents documents de référence. Lorsqu'applicable, ces divulgations peuvent inclure de l'information sur nos objectifs, nos actions ou nos progrès.