

# PLAN DEVIGILANCE METRO France 2023



En tant que grossiste leader de la restauration indépendante, METRO France est donneuse d'ordre pour 5 000 fournisseurs.

Déterminée à agir de manière responsable et durable, elle s'est engagée depuis de nombreuses années à prévenir les risques de non-respect des droits humains et des libertés fondamentales, les risques de danger grave pour la santé et la sécurité des personnes ainsi que les risques de dégradation de l'environnement, tels que définis par la loi n°2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance. Ce document présente le plan de vigilance de METRO France comme le prévoit cette loi.

## Sommaire

<b>1</b>	<b>ORIGINE DE LA DEMARCHE.....</b>	<b>1</b>
1.1	Périmètre des activités .....	1
1.2	Gouvernance et comité Devoir de Vigilance .....	2
<b>2</b>	<b>CARTOGRAPHIE DES RISQUES.....</b>	<b>3</b>
2.1	Les risques matériels .....	3
2.2	Achats marchands .....	3
2.2.1	Méthodologie de la cartographie des risques.....	3
2.2.2	Résultats .....	4
2.2.3	Outils développés par METRO France pour prendre en compte les risques .....	5
2.3	Achats non marchands.....	5
2.3.1	Méthodologie de la cartographie des risques.....	6
2.3.2	Résultats .....	6
2.3.3	Outils développés par METRO France pour prendre en compte les risques .....	7
<b>3</b>	<b>MESURES D'ATTENUATION DES RISQUES ET DE PREVENTION DES ATTEINTES GRAVES.....</b>	<b>10</b>
3.1	Ethique et considérations sociales.....	10
3.1.1	Chez METRO France .....	10
3.1.2	Sur la chaîne de valeur : .....	12
3.2	Préservation de la santé et sécurité.....	13
3.2.1	Des collaborateurs.....	13
3.2.2	De l'offre des produits.....	14
3.3	Préservation de l'environnement .....	15
3.3.1	Chez METRO France .....	15
3.3.2	Sur la chaîne de valeur .....	18
<b>4</b>	<b>MECANISME D'ALERTE ET DE RECUEIL DES SIGNALEMENTS.....</b>	<b>26</b>
4.1	Dispositifs actuels.....	26
4.1.1	Mécanisme interne pour les collaborateurs .....	26
4.1.2	Mécanisme externe.....	26
4.2	Evolution du dispositif : dispositif unique pour l'ensemble de la chaîne de valeur .....	26

# **1 ORIGINE DE LA DEMARCHE**

METRO France 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.

La mission que METRO France s'est donnée est celle de permettre à tous d'accéder à une restauration et à une alimentation authentique, savoureuses, créatives et durables.

Avec l'appui du Groupe METRO, METRO France a toujours cherché à construire une démarche responsable avec ses partenaires internes et externes, que ce soit à travers la compréhension des enjeux locaux ou la défense de la diversité à tous les niveaux. La démarche durable de METRO France s'est concrétisée avec l'évolution de la direction Qualité en direction Qualité et Développement Durable en 2016. Le devoir de vigilance permet de faire un état des lieux des pratiques mises en œuvre et de leurs effets. Le travail réalisé vise à mettre en place une cohérence entre les actions.

## **1.1 Périmètre des activités**

METRO France est spécialisé dans le commerce de gros alimentaire à destination des professionnels. Dans le cadre de ses activités, METRO France est en relation avec de nombreuses parties prenantes de natures très diverses (Clients, fournisseurs, prestataires, sous-traitants, partenaires...) dans des contextes très variables que ce soit en France ou dans les pays auprès desquels METRO France s'approvisionne.

Ainsi, ce plan de vigilance concerne aussi bien le siège et les halles de METRO France que les fournisseurs et sous-traitants. Les activités retenues dans ce cadre sont celles liées à l'approvisionnement et au respect des droits fondamentaux humain.

Les directions mobilisées au sein de METRO France et en lien avec ces activités sont :

- La Direction Ressources humaines ;
- la Direction Services et Achats Internes qui est en charge des achats de produits et de services non-marchands (à usage interne) ;
- la Direction Client et Offre qui identifie et sélectionne les produits dits « marchands » (alimentaires ou non alimentaires), destinés à la vente.

La clientèle de METRO France est principalement composée de transformateurs (restaurateurs, traiteurs, boulangers, etc.) et de revendeurs, généralistes ou spécialisés. De ce fait, l'éventail de produits proposés par la société est très large, avec environ 57 000 références proposées sur l'ensemble du territoire. Ces produits sont partagés entre deux grandes catégories : les produits de marque de distributeur et les produits de marque nationale.

METRO France ayant plus de leviers d'action sur ses marques propres, a choisi dans un premier temps de prioriser ses actions sur les produits de marque de distributeur.

## 1.2 Gouvernance et comité Devoir de Vigilance

Pour piloter ces actions sur les produits de marque distributeurs, sur les achats non marchands et suivre l'évolution du plan de vigilance, un comité de devoir de vigilance a été créé, depuis 2017, sous l'impulsion de la Direction Qualité et Développement Durable.

Il se compose des représentants des directions suivantes :

- La direction Qualité et RSE
- La direction Compliance
- La direction Clients et Offres
- La direction des Services et Achats Internes
- La direction Ressources Humaines
- La direction Juridique

Le rôle de ce comité est de s'assurer de la mise en œuvre du plan de vigilance et de garantir la cohérence des pratiques mises en place. Il se réunit chaque semestre afin d'analyser les résultats obtenus et orienter les actions de manière à assurer le déploiement de mesures effectives garantissant un plan d'action en adéquation avec les risques identifiés. Lors de chaque entrevue, l'analyse des évolutions conduit à la proposition d'une feuille de route afin de déployer les actions adéquates sur la prochaine période.

Par ailleurs, les mesures présentes dans le plan de vigilance sont régulièrement suivies au niveau de la revue de direction Qualité et Développement Durable qui couvre l'ensemble des sujets de responsabilité sociale d'entreprise.

## 2 CARTOGRAPHIE DES RISQUES

Afin de mettre en place des mesures efficaces pour prévenir les risques pouvant être rencontrés par l'entreprise, le comité de vigilance s'appuie sur deux cartographies des risques distinctes : la cartographie des **achats marchands** et des **achats non-marchands**. Celles-ci sont présentées distinctement dans ce chapitre, à la suite des risques considérés comme matériels pour l'activité de METRO France.

### 2.1 Les risques matériels

La définition des risques matériels dans lesquels s'inscrit l'activité de METRO France s'appuie sur l'examen des plans de vigilance des sociétés du secteur de l'agroalimentaire et de la grande distribution, la prise en compte de l'actualité ainsi que l'analyse des différentes études publiées sur le sujet. En 2022, la révision des risques retenus a permis de mieux les préciser et d'agrandir la liste de 10 à 16 critères par rapport à 2021.

Les risques suivants ont été retenus :

- Pollution de l'air
- Pollution des sols
- Emissions de gaz à effet de serre
- Impacts du changement climatique
- Gaspillage alimentaire
- Gaspillage non-alimentaire
- Libertés fondamentales
- Pression sur les ressources
- Atteinte au bien-être animal
- Atteinte à la santé et la sécurité
- + **Déforestation**
- + **Pollution de l'eau**
- + **Mauvaise gestion de l'eau**
- + **Santé des consommateurs**
- + **Risques sur la qualité produits**
- + **Absence de traçabilité des matières premières**

### 2.2 Achats marchands

Les achats marchands sélectionnés par la Direction Client et Offre sont destinés à être revendus à des professionnels.

#### 2.2.1 Méthodologie de la cartographie des risques

METRO France proposant une large gamme de produits, la démarche a consisté à identifier les secteurs d'achat exposés à des risques et nécessitant des actions prioritaires.

Chez METRO France, pour traiter avec plus de précision les différents produits appartenant à un même secteur d'achat, les secteurs d'achats sont répartis en groupes articles. Pour les groupes articles

représentant plus de 0,5% du chiffre d'affaires, un niveau de risque, de 1 (risque faible) à 3 (risque fort) a été défini en fonction du niveau d'exposition aux risques cités précédemment. Ces notes ont été construites en interne par consultations des responsables de chaque secteur d'achat, en s'appuyant sur des études sectorielles et une veille médiatique.

## 2.2.2 Résultats

Avec la notation des différents groupes articles, les secteurs d'achats ont été hiérarchisés selon leur exposition aux risques. Grâce à cela, le pourcentage du chiffre d'affaires concerné par les différents risques a été déterminé, comme l'indique le graphique ci-dessous.

Il apparaît que les principaux risques pour METRO France sont l'atteinte à la santé et la sécurité, la pollution de l'eau, des sols et de l'air, la santé des consommateurs, les impacts du changement climatique et l'atteinte au bien-être animal.

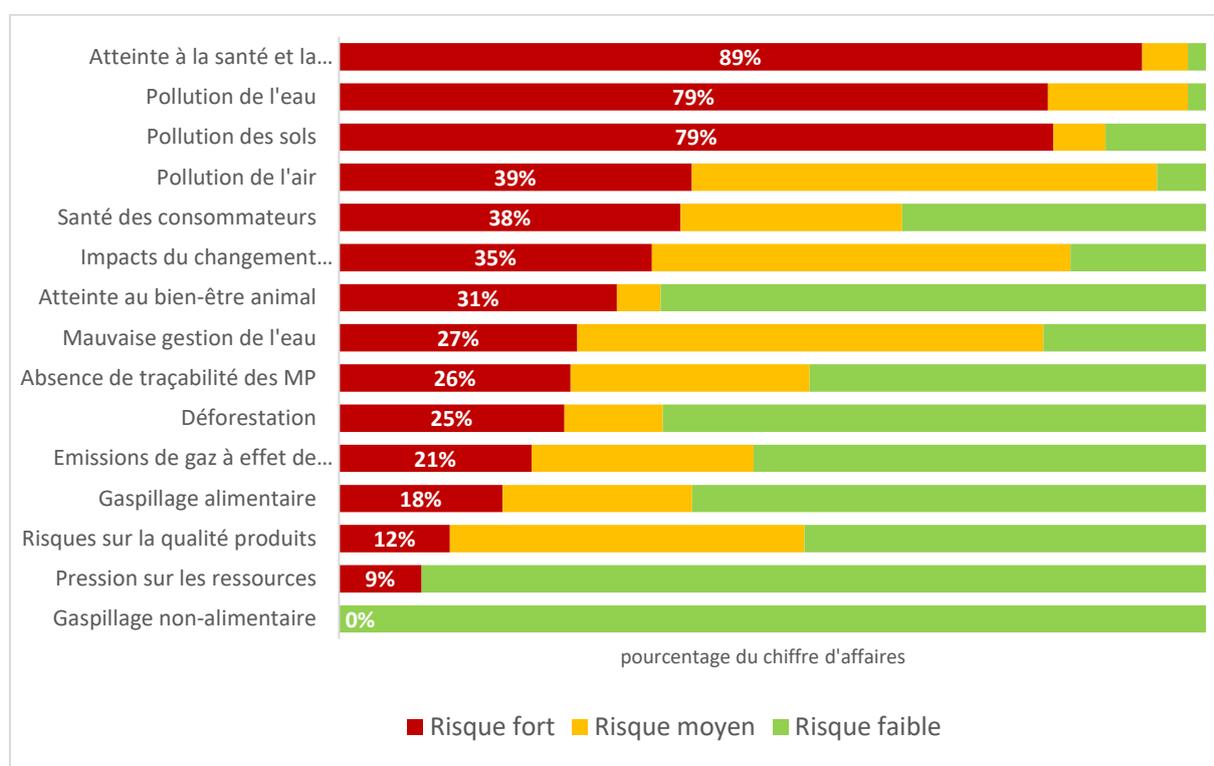


Figure 1 : Cartographie des risques - Achats marchands

Le tableau ci-dessous offre une vision synthétique des principaux risques pour les 10 principaux secteurs d'achats.

SA	Risque 1	Risque 2	Risque 3
BEURRE OEUF ET UF	Atteinte à la santé et à la sécurité	Pollutions	Bien-être animal
BOUCHERIE	Atteinte à la santé et à la sécurité	Emissions de GES	Bien-être animal
BRASSERIE	Atteinte à la santé et à la sécurité	Santé des consommateurs	Pollutions
CAVE-CHAMPAGNE	Atteinte à la santé et à la sécurité	Pollutions	Impacts du changement climatique
FROMAGE	Atteinte à la santé et à la sécurité	Emissions de GES	Bien-être animal
FRUITS & LEGUMES	Atteinte à la santé et à la sécurité	Pollutions	Impacts du changement climatique
MAREE	Atteinte à la santé et à la sécurité	Pression sur les ressources	Qualité consos.
POLE SALE	Pollutions	Pollutions	Traçabilité
POLE SUCREE	Atteinte à la santé et à la sécurité	Emissions de GES	Pollutions
SPIRITUEUX	Santé des consommateurs	Atteinte à la santé et à la sécurité	Pollutions

Cette cartographie des risques donne lieu à une revue annuelle.

### 2.2.3 Outils développés par METRO France pour prendre en compte les risques

Face à ces risques, METRO France a développé différents plans d'action détaillés en partie 3. Pour s'assurer de la bonne mise en œuvre de ces plans d'action, METRO France les a contractualisés avec ses fournisseurs.

Tout contrat (achats marchandises, prestations de service, ...) intègre une clause relative aux mesures de vigilance nécessaires conformément à la réglementation : ces exigences concernent notamment les droits de l'homme, le respect de l'environnement et de la santé et sécurité des personnes, le droit du travail, la responsabilité sociétale, ....

Ainsi, les fabricants de produits de marque de distributeur de METRO France s'engagent à sélectionner eux-mêmes des fournisseurs et des sous-traitants qui garantissent le respect de ses exigences fondamentales. Les fournisseurs communiquent leurs certificats relatifs à la sécurité des aliments et/ou au respect des conditions de travail s'ils sont situés dans un pays à risques pour l'ensemble de leurs sites de production ; sur demande pour les fournisseurs de marques nationales et chaque année pour les fournisseurs de marques de distributeurs. Cela permet de connaître l'emplacement des fournisseurs et des sous-traitants.

## 2.3 Achats non marchands

Les achats non marchands, sélectionnés par la Direction Services et Achats Internes sont les achats de biens ou de services destinés à l'usage interne de METRO France.

Leur cartographie des risques a été réalisée en interne et réactualisée en 2022. Elle précise les différents risques pouvant être rencontrés par METRO France selon les secteurs d'achats non marchands.

### 2.3.1 Méthodologie de la cartographie des risques

Les achats sont répartis en 11 catégories distinctes et 24 sous catégories, comme présenté ci-dessous.

Catégorie	Sous-catégorie
Advertising	Publicité
Assurances	Assurances
Consultancy Expenses	Conseil et prestation intellectuelles
Energie & fluides	Gaz
	Electricité
	Eau
External Leasing	Location Immobilière
	Location de matériel
Flotte Automobile	Carburant/loyer/réparations
Maintenance	Maintenance énergie/fluides/cvc
	Petit matériel
	Remodeling halles
Other Expenses	Traitement des déchets
	Cleaning expenses
	Security/vigilance expenses
	Fournitures bureau/consommables
	Recrutement
	IT
SAV	SAV
Supply Chain	Transport
	Activité logistique
Travel Expenses	Transport (taxi, train avion)
	Hébergement

Pour chacune de ces sous catégories, un niveau de risque, de 1 (risque faible) à 3 (risque fort), a été défini en fonction du niveau d'exposition aux risques cités précédemment. Ces notes sont construites en interne par consultations des experts sectoriels METRO France, en s'appuyant sur des études sectorielles et une veille médiatique.

### 2.3.2 Résultats

Le graphique ci-dessous indique, pour les principaux risques identifiés, le nombre de catégories d'achats exposées. Il apparaît que les principaux enjeux pour METRO France pour ses achats non marchands sont

l'atteinte à la santé et la sécurité, les émissions de gaz à effet de serre et la pollution de l'eau, des sols et de l'air.

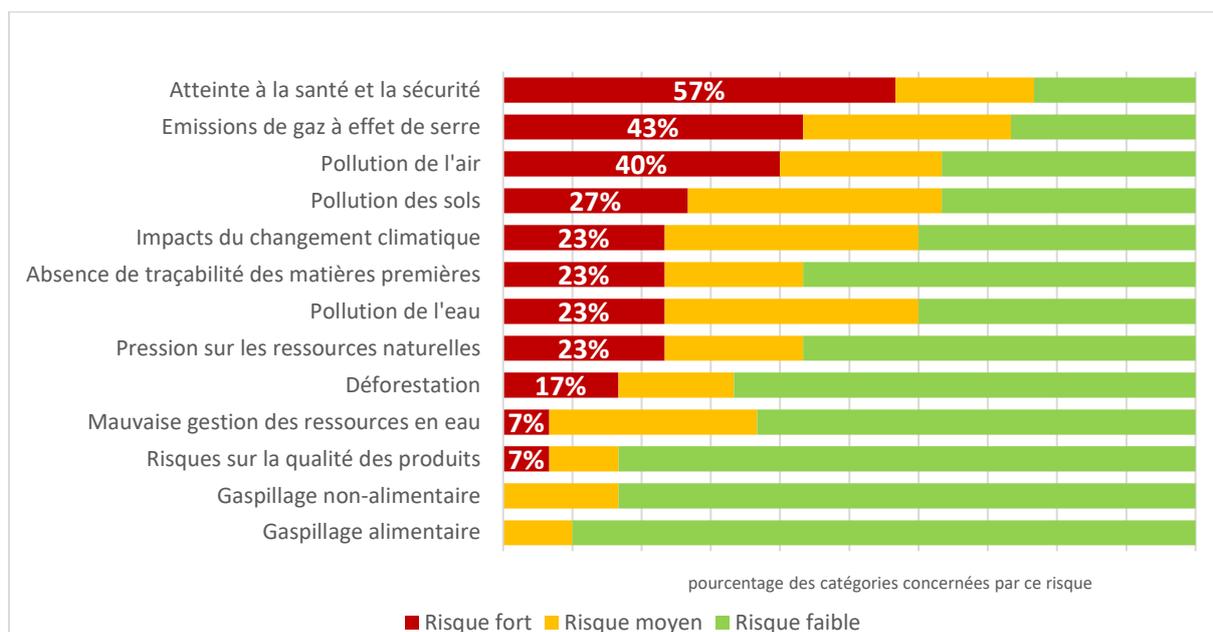


Figure 2: Cartographie des risques - Achats non marchands

Cette cartographie des risques donne lieu à une revue annuelle.

### 2.3.3 Outils développés par METRO France pour prendre en compte les risques

METRO France s'appuie sur la norme ISO 20400 pour structurer sa politique d'achats non marchands. Cette norme a été créée en 2017 par l'Afnor, l'Obsar<sup>1</sup> et le CNA<sup>2</sup> et fournit les lignes directrices pour :

- Intégrer la responsabilité sociétale dans les processus achat
- S'initier aux achats responsables
- Avoir de bonnes pratiques & relations avec les fournisseurs

Chez METRO France, cette politique d'achats non marchands durable se caractérise par une charte à destination des fournisseurs ainsi que des fiches d'achats responsables pour les acheteurs.

#### La charte d'achats non marchands responsables

Depuis 2019, une charte d'achats non marchands responsables est systématiquement intégrée aux appels d'offres menés par la Direction des Services et Achats Internes. Elle est signée par les fournisseurs répondant aux appels d'offre. Sa dernière mise à jour date de février 2020.

<sup>1</sup> L'Observatoire des Achats Responsables

<sup>2</sup> Conseil National des Achats

## CHARTRE DES ACHATS NON-MARCHANDS RESPONSABLES

Metro France favorise les fournisseurs engagés dans une démarche de responsabilité sociale, sociétale et environnementale via l'existence d'une politique interne et de certifications environnementales, en adéquation avec le cœur de métier du fournisseur.

### ENVIRONNEMENT

- METRO demande que ses fournisseurs se conforment aux dispositions et normes relatives à l'environnement qui sont applicables à leurs activités et observent les pratiques d'éthique environnementale dans tous les endroits où ils opèrent.
- METRO favorise les produits et services à impact environnemental réduit par rapport aux standards du marché (écolabels, filières écoresponsables, absence de produits nocifs...).
- METRO intègre la notion de réduction de l'empreinte carbone des équipements et/ou services dans le choix de ses fournisseurs.
- METRO intègre le critère de performance énergétique dans le choix de ses équipements et/ou services.
- METRO demande que ses fournisseurs trient et valorisent les déchets produits dans le cadre de leur activité.

### ECONOMIE

- METRO souhaite développer des relations bienveillantes avec ses fournisseurs, reposant sur l'éthique des affaires et l'approbation de la charte compliance METRO.
- METRO favorise les fournisseurs ayant eux-mêmes mis en place une politique d'achats responsables pour leurs matières premières et leur production.
- METRO demande que ses fournisseurs appliquent et fassent respecter, dans le cadre de leur sous-traitance et de leurs achats de matières premières, les conventions fondamentales de l'OIT et les Droits de l'Homme et notamment relatives au travail des enfants, au travail forcé ou autres conditions de travail violant la dignité humaine.

### SOCIAL

- METRO exige que ses fournisseurs respectent la législation relative au temps de travail légal, aux repos compensateurs, à la pénibilité, au salaire minimum légal et à la rémunération des heures supplémentaires ou de nuit.
- METRO exige que ses fournisseurs respectent les règles de santé et sécurité pour leurs collaborateurs et s'engagent à mettre tous les moyens en œuvre pour assurer la sécurité et la santé des employés et clients de METRO dans le cadre de leur prestation.
- METRO favorise les fournisseurs engagés dans la promotion de l'égalité des chances, la lutte contre les discriminations, la parité homme-femme et l'insertion des travailleurs en situation de handicap au sein de leur entreprise
- METRO exige d'être informé par ses fournisseurs en cas de recours à la sous-traitance pour la réalisation de la prestation. Le fournisseur se doit de faire respecter les exigences de la présente charte à ses sous-traitants.

## Les fiches achats responsables

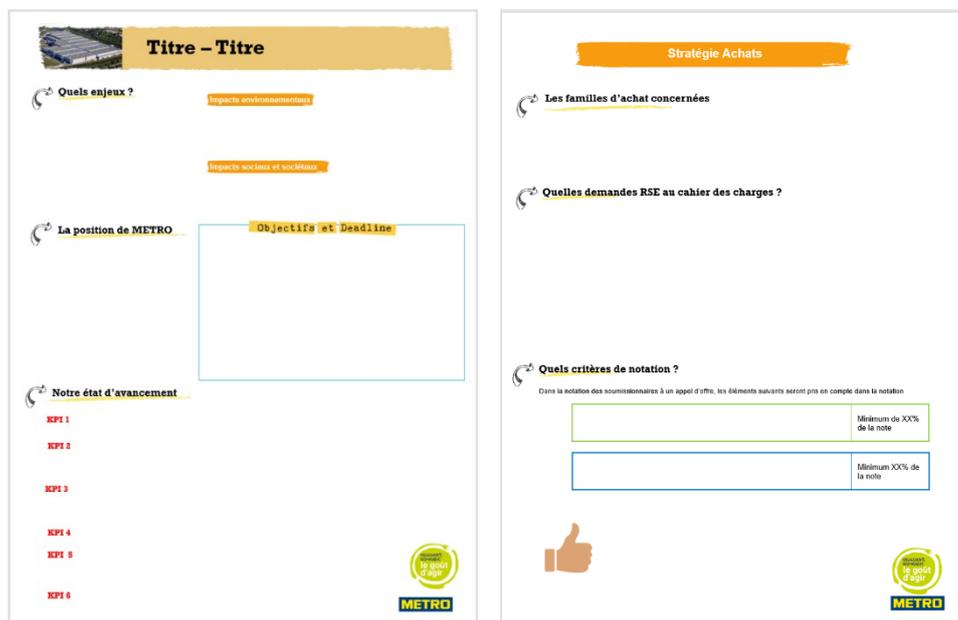
Chez METRO France, les catégories représentant de hauts postes de dépenses ont fait l'objet d'une stratégie d'achats responsables. Cela se matérialise par la création de fiches reprenant :

- Les enjeux RSE associés à la catégorie d'achat,
- Les engagements de METRO France sur le sujet,
- Les objectifs fixés et les deadlines
- Les familles d'achats concernées
- Les critères de durabilité à intégrer dans le cahier des charges lors des appels d'offre
- La liste des critères de notation RSE.

Actuellement 7 fiches ont déjà été réalisées. Elles concernent les catégories d'achats suivantes :

- Supply Chain – Transport
- Supply Chain – Activités logistiques
- Energie
- Eclairage
- Vêtements de travail - location et entretien
- Vêtements de travail - textile
- Flotte automobile

Les fiches suivent le modèle présenté ci-dessous. L'objectif est de créer une fiche pour chaque poste d'achats non marchands.



Le modèle de fiche est divisé en deux pages. La page de gauche est intitulée 'Titre - Titre' et contient les sections suivantes : 'Quels enjeux ?' avec des sous-sections 'Impacts environnementaux' et 'Impacts sociaux et humains'; 'La position de METRO' avec un champ 'Objectifs et Deadline'; et 'Notre état d'avancement' avec une liste de KPI 1 à KPI 6. La page de droite est intitulée 'Stratégie Achats' et contient : 'Les familles d'achat concernées'; 'Quelles demandes RSE au cahier des charges ?'; et 'Quels critères de notation ?' avec un sous-titre 'Dans la notation des soumissionnaires à un appel d'offre, les éléments suivants seront pris en compte dans la notation' et deux champs de saisie pour le 'Minimum de XX% de la note'. Les deux pages comportent un pictogramme 'Le coût d'offre' et le logo METRO.

Ainsi, METRO France s'appuie sur ces fiches pour choisir les prestataires avec lesquels elle travaille. Elle s'appuie également sur le Total Cost of Ownership (TCO) pour prendre des décisions d'achat éclairées et améliorer sa rentabilité globale. Le TCO désigne le coût global d'un bien ou d'un service tout au long de son cycle de vie. Il englobe non seulement le coût d'achat initial, mais aussi les coûts d'utilisation, de maintenance et de remplacement.

### 3 MESURES D'ATTENUATION DES RISQUES ET DE PREVENTION DES ATTEINTES GRAVES

A partir des cartographies présentées ci-dessus, le comité du devoir de vigilance a défini les actions menées par METRO France pour atténuer les risques et prévenir les atteintes graves au sein du siège, des halles mais également chez les parties prenantes comme les fournisseurs et les producteurs.

#### 3.1 Ethique et considérations sociales

Le respect des droits humains et des principes du commerce équitable fait partie des valeurs de METRO France. L'entreprise s'engage à conduire ses activités dans une démarche de compliance : avec transparence, éthique et responsabilité, dans le respect de la loi.

La compliance est transversale. Elle concerne les collaborateurs de l'entreprise mais également les fournisseurs et les producteurs travaillant avec METRO France.

L'objectif est de sensibiliser les collaborateurs aux écueils et aux sanctions et pérenniser l'image et les résultats de l'entreprise en aidant les fournisseurs à intégrer de meilleures pratiques sur leurs sites de production.

Cette démarche est pilotée par la Direction Gestion des Risques & Compliance et comprend les domaines ci-dessous.

		Domaines de risques Compliance	Responsable
Compliance Management System (CMS)	Culture	Anti-Corruption	Compliance
	Objectifs	Antitrust	Head of Legal
	Risques	Later Income Regulation	Head of Legal
	Programme	Conflit d'intérêts	Compliance
	Communication	Fraude & détournement	Compliance
	Organisation	Anti Blanchiment	Compliance
	Suivi & pilotage		

##### 3.1.1 Chez METRO France

Le socle de la politique Compliance en place chez METRO France est le code de bonne conduite. Il illustre l'engagement de METRO France à travers 8 principes fondamentaux, issus des « Business Principles » partagés par toutes les enseignes du Groupe METRO :

- Privilégier toujours l'intérêt de l'entreprise
- N'accorder aucun avantage sans justification
- Refuser les avantages personnels
- Protéger la confidentialité des informations
- Respecter les règles d'une libre concurrence
- Respecter les principes de diversité et d'égalité des chances
- Garantir des conditions de travail équitables
- Respecter la loi et les règles de l'entreprise

Ce code de bonne conduite est diffusé à l'ensemble des collaborateurs avec une signature obligatoire pour assurer la traçabilité de la remise du document. Une formation e-learning sur la compliance est également obligatoire lors de l'intégration et des rappels réguliers sont faits lors des réunions et des points managériaux.

### **Diversité, égalité des chances et tolérance, inclusion**

La politique de METRO France prône le respect de l'autre et met en avant la diversité, l'égalité des chances et la tolérance. METRO France s'efforce d'être une entreprise durable et responsable et de créer un environnement de travail inclusif pour toutes les personnes, indépendamment du sexe, de l'âge, de l'origine ethnique, du handicap, de l'orientation sexuelle, des antécédents culturels, de la religion, des responsabilités familiales ou d'autres domaines de différence potentielle.

Par conséquent, tout comportement discriminatoire, en particulier sur la base de l'origine ethnique, de la religion et des croyances, du handicap, de l'âge, de l'orientation sexuelle et/ou du sexe est banni. Cela concerne également le rejet de toute forme de harcèlement comme l'intimidation ou le harcèlement sexuel.

Ce principe s'applique à l'ensemble des collaborateurs quel que soit leur niveau hiérarchique tout comme aux tiers tels que les clients, le personnel temporaire ou les prestataires.

Si toute partie prenante est confrontée à un cas de discrimination ou de harcèlement sur l'un des sites de METRO France, il peut prendre contact avec son responsable hiérarchique, le Responsable Compliance ou la direction des ressources humaines.

Un accord portant sur la diversité a été signé en décembre 2020 par la Direction et par 4 organisations syndicales avec comme objectif d'encourager l'égalité des chances et des parcours professionnels, l'égalité professionnelle et la parentalité, la valorisation des générations et la diversité culturelle et sociale.

En 2022, le taux de travailleurs en situation de handicap était de **6,96%** et le taux d'indice égalité femme homme de **93/100**.

### **Conditions équitables d'embauche**

METRO France est soucieuse de l'application et du respect du droit du travail. Cela comprend notamment des conditions équitables d'embauche ou le respect du droit des salariés à s'organiser, s'engager dans des négociations collectives, se réunir ou faire grève, conformément aux législations applicables. Ce respect des lois constitue un préalable indispensable au recrutement, au management et à la motivation du personnel.

### **Protection des données personnelles**

METRO France considère la protection, la confidentialité et la gestion des données personnelles comme des éléments essentiels. Les données sont traitées conformément à la réglementation applicable.

METRO France, en lien avec METRO Groupe, met en place différentes actions pour s'assurer de la protection des données : organisation interne et gouvernance de la protection des données, formations visant à sensibiliser les collaborateurs aux bons réflexes à adopter, tenue et mise à jour d'un registre des traitements, mise en place de procédures et politiques internes, animation d'un réseau de relais au sein de l'entreprise, rédaction de clauses et contrats types, audits et contrôles internes, ....

### 3.1.2 Sur la chaîne de valeur :

Les droits des travailleurs dans certains pays sont particulièrement menacés. Au regard de ce constat, des initiatives visant à contrôler et améliorer les conditions de travail à travers le monde ont été créées : il s'agit des audits sociaux (certification Business Social Compliance Initiative « BSCI » ou équivalent). Ceux-ci utilisent comme support de référence un code de conduite pour les entreprises reposant sur plusieurs principes, comme :

- l'absence de travail d'enfants ;
- l'absence de travail forcé ;
- la sécurité et la santé ;
- la juste rémunération des travailleurs.

Pour participer à l'amélioration des conditions de travail dans sa chaîne de valeur, METRO Groupe a identifié les filières les plus à risque en termes de respect des droits fondamentaux sur l'ensemble de son portefeuille de produits. Pour toutes les usines situées dans les pays à risque, l'entreprise s'engage à travailler avec des fournisseurs de produits à marques propres certifiés selon le référentiel amfori BSCI et ayant comme seuil minimum attendu, le niveau C.

Tableau 1: Tableau indiquant la répartition des fournisseurs en fonction de pays à risque

Pays à risque selon le BSCI	Sites des fournisseurs Non Food
Bosnie-Herzégovine	1
Chine	10
Equateur	2
Grèce	4
Indonésie	1
Maroc	9
Pakistan	2
Pérou	1
Roumanie	1
Serbie	2
Sri Lanka	1
Thaïlande	4
Tunisie	1
Turquie	2
Vietnam	2

En 2022, 100% des fournisseurs signent des clauses sur le respect des droits du travail.

100% des usines pour les produits de marques propres non-alimentaires ont été audité avec la note minimale de C.

68% des usines fabriquant des produits de marques propres alimentaires ont eu une note minimale de C sur le référentiel amfori BSCI ou autre standard reconnu équivalent<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> ICS, SA 8000, SPA, ETI, SMETA, FLA, ASC, BAP, RSPO, RTRS, Global Gap GRASP, Fair Trade, Rainforest Alliance, UTZ

METRO Groupe a défini une politique de « deal-breaker » sur 4 critères : le travail des enfants, le travail forcé, la sécurité des employés et les comportements éthiques. Si un écart est observé sur l'un de ces critères, une suspension immédiate de la relation commerciale avec le fournisseur concerné est appliquée, jusqu'à ce qu'un plan d'action correctif soit mis en place et/ou qu'un nouvel audit témoigne d'une amélioration de la situation. ([Voir politique du Groupe](#))<sup>4</sup>.

Afin de permettre à ses clients d'accéder à ses informations et pour leur garantir la traçabilité des produits, METRO France a développé depuis 2020, un outil informatique permettant d'indiquer aux clients les différentes étapes de production ou d'élevage des produits, à partir du scan d'un QR code présent sur les étiquetages.

Ainsi, il est possible de savoir dans quelle région du monde le produit a été élevé ou conditionné. Cet outil est en place pour les filets de saumon frais METRO Chef et pour le poulet METRO Chef.

## 3.2 Préservation de la santé et sécurité

### 3.2.1 Des collaborateurs

Pour préserver la santé et la sécurité de ses collaborateurs, METRO France a mis en place le département Care. Ce département est composé d'une quinzaine de personnes dont six chargées de la prévention dans les différentes régions.

Les missions principales de l'équipe sont :

- Conseiller et soutenir les opérationnels
- Promouvoir la santé et sécurité au travail
- Mettre en œuvre la réglementation
- Développer l'engagement des équipes encadrantes ;
- Prévenir les risques et accidents au travail ;
- Développer la Qualité de Vie au travail.

Cette démarche vise à développer une culture managériale centrée sur l'humain et le bien-être avec une vision forte : préserver la santé des collaborateurs tout au long de leur vie professionnelle, et leur offrir l'opportunité de se développer dans un environnement sain, sécurisé et agréable.

Pour cela, trois axes ont été retenus :

- Le management de la sécurité et santé au travail (SST) en définissant une politique, des principes et des standards SST
- L'implication des collaborateurs
- L'utilisation d'outils pour fiabiliser et communiquer les données SST

METRO France se lance dans la certification ISO 45001 d'ici 2025, une nouvelle norme de management de la santé qui place le collaborateur et son environnement de travail au cœur de la démarche.

Cette démarche est abordée conjointement avec les partenaires sociaux.

---

<sup>4</sup> <https://reports.metroag.de/corporate-responsibility-report/2021-2022/assets/downloads/entire-metro-crr2122.pdf> (Source : groupe)

✓ **Indicateurs de performance**

	Année fiscale 2022*	Année fiscale 2021	Vs N – 1
<b>INDICATEURS ABSENTEISME</b>			
Taux d'absentéisme	7,92%	7,39%	+ 0,53 pts
Moyenne de jours d'absence par collaborateur	28,95	22	+ 6,85
Nombre de jours d'absences (AT/MP/MAL)	271 945	193 702	+ 78 243
<b>ACCIDENTS DU TRAVAIL</b>			
Nombre d'AT avec arrêt	623	498	+ 125
Nombre d'AT sans arrêt	391	302	+ 89
Nombre de jours d'arrêt suite à AT	36 351	29 184	+ 7 167
Taux de Fréquence	42,34%	37,09%	+ 5,25
Taux de Gravité	2,49%	2,17%	+ 0,35
<b>ACCIDENTS DE TRAJET</b>			
Nombre d'AJ	132	102	+ 30
<b>MALADIES PROFESSIONNELLES</b>			
Nombre de MP	8	16	- 8

\* L'année 2021 était une année particulière. Le Covid a fortement impacté le secteur de la restauration et l'activité de METRO France.

### 3.2.2 De l'offre des produits

METRO France développe quotidiennement des solutions pour répondre aux besoins implicites de ses clients, tels que la fraîcheur, la sécurité et la qualité des produits alimentaires, en se basant sur quatre critères essentiels : la durabilité, la transparence, l'amélioration continue et la satisfaction client.

METRO France s'est engagé depuis plus de 10 ans dans la démarche ISO 22000 et 100% des halles sont ainsi certifiées. La certification ISO 22000 oblige l'entreprise à maîtriser tous les aspects de la sécurité alimentaire tout au long de la chaîne de production et de distribution, ainsi qu'à retracer le parcours des denrées alimentaires. METRO France peut ainsi assurer la traçabilité de ses produits de leur origine jusqu'au consommateur final.

Pour soutenir cette démarche, METRO France dispose d'une équipe de 6 Responsables Qualité Régionaux qui agissent en tant qu'auditeurs et formateurs. Ils visitent chaque halle pour évaluer différents aspects tels que la propreté, la gestion des dates de péremption, les températures de conservation et le suivi des feuilles de route et des actions correctives. L'objectif est de construire une relation de confiance, de renforcer les compétences et d'encourager les équipes à analyser les causes pour proposer des plans d'action pertinents.

100% des halles sont auditées chaque année par un organisme tiers indépendant.

## 3.3 Préservation de l'environnement

### 3.3.1 Chez METRO France

METRO France, au sein de ses halles et plateformes logistiques, est susceptible de générer des atteintes à l'environnement sous de diverses formes : ses consommations énergétiques, ses activités de transport et de logistique, la génération de déchets, ou encore ses consommations d'eau. METRO France s'efforce de mesurer et réduire ses impacts sur l'ensemble de ces sujets. Ce paragraphe présente les actions menées et indicateurs de performance liées aux consommations d'énergie et aux fuites de fluide frigorigène, sujets parmi les plus matériels de METRO France.

#### Réduction et maîtrise des énergies

##### *Politique et ambition*

METRO France est certifié ISO 50001 depuis 2015. Avec cette certification METRO France affirme son engagement en faveur du développement durable en adoptant des mesures concrètes afin de réduire sa consommation d'énergie et d'apporter sa participation à la lutte contre le réchauffement climatique.

L'ambition stratégique à 2030 repose sur 3 piliers :

- 1) Réduire de 40% les consommations énergétiques (par rapport à 2014)
- 2) Consommer 50% d'énergie renouvelable
- 3) Accompagner les clients et collaborateurs dans la transition écologique

Pour réduire de 40% ses consommations énergétique, METRO France met en place des plans d'actions annuels pour favoriser les économies d'énergie au travers de programmes dédiés. Les principaux axes d'action sont :

- Le remplacement des installations de production de froid par des installations plus efficaces, plus économes et moins polluantes
- Le remplacement des éclairages par du LED
- L'optimisation du chauffage des halles
- Le contrôle quotidien des consommations via des outils de mesure

En 2022, METRO France a réduit ses consommations d'énergie de -33% par rapport à 2014 (à périmètre constant).

##### *Développement des énergies renouvelables*

- Dans l'optique d'atteindre 50% de consommations électriques issues de sources renouvelables, METRO France a été le premier acteur de France à signer un contrat direct d'approvisionnement en énergie verte entre le consommateur et le producteur (CPPA : Corporate power purchase agreements) en mars 2019. Par ce contrat, METRO France s'engage à acheter l'intégralité de la production d'énergie d'un parc éolien situé en Eure-et-Loir et exploité par Eurowatt. METRO France, par cette première, confirme sa volonté d'agir en acteur local responsable, en utilisant l'énergie produite par un parc de production renouvelable. Toutes les halles METRO France sont ainsi alimentées en électricité par ces éoliennes à hauteur de 20% du besoin national jusqu'à la fin de l'année 2023. Une prolongation de 10 ans est en cours de négociation.

- En 2022, METRO France a signé un nouveau CPPA avec BORALEX, producteur d'énergies renouvelables, pour l'approvisionnement direct de 20% du besoin national par une centrale solaire intégralement dédiées à METRO France.

- METRO France a inauguré en octobre 2019 une première installation solaire sur les toitures des parkings de la halle de Toulon, puis en 2020 la deuxième installation sur la halle de Voglans. L'intégralité de l'électricité produite sera consommée par le site. Quinze nouvelles halles ont été équipées en 2021 / 2022 et 36 autres halles seront équipées entre 2024 et 2025.

En 2022, METRO France a atteint un taux d'électricité issue de sources renouvelables de 22% (à périmètre constant).

A partir de 2025, la part des énergies renouvelables sera la suivante :

- 20% d'électricité d'origine éolienne avec EUROWATT
- 20% d'électricité d'origine solaire avec BORALEX
- 10% d'électricité autoproduite sur site par des panneaux solaires installés sur les auvents d'accueil.

### *Plan de réduction*

#### ✓ **Plan de Continuité d'Activité**

Afin d'anticiper le manque d'électricité potentiel en hiver, METRO France a mis en place une procédure structurée par paliers d'alertes, permettant aux halles d'appréhender une situation d'urgence plus ou moins grave à cause d'une rupture d'approvisionnement en électricité.

#### ✓ **Visites énergétiques**

Dans le cadre du plan de sobriété engagé depuis des années sur un aspect structurel, de réduction de consommation, l'équipe énergie a engagé une démarche de sensibilisation et de responsabilisation comportementale aux sujets énergétiques des équipes de chaque halle.

Cela s'est concrétisé par la visite des 99 halles par les membres de l'équipe énergie qui a présenté les actions passées, en cours et à venir sur l'énergie chez METRO France.

#### ✓ **Fuites de gaz réfrigérants**

METRO France a pour objectif de réduire ses émissions de gaz à effet de serre dues aux fluides réfrigérant de 95% entre 2014 et 2030. Pour atteindre cet objectif, METRO France souhaite déployer des systèmes de génération de froid fonctionnant au CO<sub>2</sub> sur ses 99 halles d'ici 2030, en remplacement des fluides frigorigènes fluorés (HFC), dont le pouvoir de réchauffement global est supérieur d'un facteur de 1300 à 3900 par rapport au CO<sub>2</sub>.

Pour réduire les fuites de gaz réfrigérant, des outils de contrôles en temps réel des fuites de fluides frigorigènes sont déployés dans les halles, permettant d'accélérer le délai d'intervention lors d'incidents et ainsi de réduire les dommages environnementaux potentiels.

Objectifs	Cible 2030	Résultat 2021
Halles sans gaz réfrigérant fluoré	100%	51%
Halles disposant d'un système de contrôle de fuites de gaz réfrigérant en temps réel	100%	100%

## Gestion et valorisation des déchets

En 2022, ce sont près de 30 154 tonnes de déchets qui ont été générées par METRO France. Les principaux postes de déchets étant le carton (42,5% de la masse), les déchets industriels banals (28,5 %) et les biodéchets (21,6%).

L'objectif pour l'année 2023, est d'atteindre un taux de tri des déchets de 75%.

21 500 tonnes des déchets générés ont été placés en filières de recyclage ce qui représente 71,2% du total des déchets et une amélioration du taux de tri de 3,8 points entre 2021 et 2022.

Pour permettre cette progression, METRO France a doté ses halles de matériels adaptés comme des presses à balles, a accru la sensibilisation des collaborateurs au tri et a augmenté le nombre de filières de tri gérées par les halles.

Par ailleurs, cette année a vu l'ouverture de nouvelles filières de valorisation pour le polystyrène, les cagettes en bois et les denrées alimentaires ce qui permet d'affiner le tri des déchets effectué par METRO France.

## Lutte contre le gaspillage alimentaire

La lutte contre le gaspillage alimentaire représente aussi bien un enjeu environnemental, qu'un enjeu social. L'un des axes de la stratégie contre le gaspillage est le don d'inventaires alimentaires et non-alimentaires, à destination des plus démunis. METRO France s'est ainsi engagée à atteindre 60% de taux de don à 2025.

Depuis de nombreuses années, 100% des halles ont des conventions de dons avec des associations (Banques Alimentaire, Restaurants du Cœur, Secours Populaire Français, ...). En 2022, METRO France a atteint 45% de taux de dons sur les produits alimentaires démarqués, ce qui correspond à 19,5 millions d'équivalents repas. Par ailleurs, l'entreprise a noué des partenariats avec 70 cuisines solidaires qui valorisent les pièces de viande en gros conditionnements qui ne peuvent être distribués à des particuliers via des associations de distribution alimentaire « classiques ».

Avant 2022, les denrées alimentaires ne pouvant être données aux banques alimentaires étaient traitées comme des biodéchets et utilisées principalement pour la méthanisation voire le compostage. Pour aller encore plus loin dans la gestion de ses inventaires alimentaire, un test est mené cette année auprès de 4 halles. Il concerne le don de ces biodéchets pour l'alimentation animale (parcs animaliers, chenils) grâce à au partenariat instauré entre METRO France et l'entreprise Phenix. Un déploiement pourrait être envisagé en cas de succès.

### Réduction des emballages plastiques

METRO France, mène une politique de réduction des emballages plastiques et à usage unique sur ses produits à marque propres et accompagne la restauration indépendante pour faire de même.

Ainsi, METRO France agit sur son offre commerciale en proposant à ses clients des alternatives durables pour les emballages.

Cette démarche prend en compte 3 dimensions :

1) Réduire et optimiser les emballages des produits de marques propres :

- Réduire le volume de matériaux utilisés (poids, taille, suremballages non nécessaires, ...)
- Eliminer 50 tonnes de plastique sur la période 2020-2025.
- Réduire ou supprimer le plastique de ses conditionnements de fruits et légumes d'ici 2025 en plus de ceux concernés par la loi AGECC.

L'objectif est de réduire de 150 tonnes les emballages sur 5 ans

2) Développer des alternatives aux emballages plastiques et/ou jetables dans la restauration

- Incorporer des matières premières recyclées
- Favoriser les emballages en papier/carton certifiés FSC/PEFC
- Supprimer les huiles minérales

L'objectif global est d'atteindre 50% d'emballages MDD issus de matériaux recyclés en 2025.

3) Améliorer la recyclabilité

- Supprimer les éléments perturbateurs (noir de carbone, manchon)
- Simplifier les emballages complexes
- Substituer les emballages sans filière de recyclage (PVC, Verre non-sodo-calciq, PETg, ...)

L'objectif est que 100% des emballages soient recyclables, réutilisables ou réemployables d'ici 2025

### 3.3.2 Sur la chaîne de valeur

METRO France est également susceptible de générer des atteintes à l'environnement à travers sa chaîne de valeur (fournisseurs et producteurs). Cette partie présente les impacts du changement climatique sur les opérations de METRO France ainsi que les actions menées par l'entreprise pour protéger la biodiversité et promouvoir le bien-être animal.

### Impacts du changement climatique sur les opérations

METRO France est consciente du risque que peut représenter le changement climatique sur ses activités. Les événements extrêmes générés par ce phénomène sont multiples et peuvent générer de nombreux impacts négatifs, matériels, immatériels ou humains : dégradation de la structure des bâtiments, effondrement ou affaissement de structures, endommagement de réseaux électriques ou de fluides, pertes d'exploitation liées à des fermetures, dommages corporels, etc.

Avant toute implantation d'un point de vente, des études de sol (géologique, pollution) sont réalisées, tout comme une analyse de la sismicité et des risques d'inondation. Ainsi, METRO France se prémunit

au maximum des impacts potentiels de l'environnement sur ses halles et des effets négatifs du changement climatique.

L'enseigne a recensé l'exposition de ses 99 halles à différents risques climatiques, à savoir : les fortes pluies, le débordement de cours d'eau, la submersion marine, les vagues de froid et d'enneigement, les canicules et les avalanches.

#### ✓ Fortes pluies

Sur l'ensemble des halles, 44 sont situées dans des zones à risque élevé d'épisodes de pluies intenses (>80mm en 24h, entre 2 et >10 fois chaque année). En 2017, une halle a subi un effondrement partiel de sa toiture suite à un épisode de pluies cévenoles. Suite à cela, une campagne d'audit de tout le parc des halles a été réalisée pour en vérifier les capacités structurelles et pluviales. Un plan de travaux a ensuite été mené pour prévenir tout nouvel événement de ce type. Les travaux seront achevés en 2025.

#### ✓ Débordements de cours d'eau

13 halles sont situées en zone de risque de débordement décennal ou centennal et 10 en zone de débordement millénial. Néanmoins, les risques de débordement étant pris en compte lors de l'implantation des halles, ces dernières sont souvent surélevées et donc protégées contre les événements potentiels. Sur les 30 dernières années, une seule halle a subi une inondation, ayant entraîné une fermeture de courte durée et des dégâts matériels non significatifs. Cette halle a depuis fait l'objet de travaux permettant un meilleur drainage de l'eau en excès.

#### ✓ Submersion

Deux halles sont soumises au risque de submersion, l'une dans une zone décennale, et l'autre en zone centennale.

Aucune halle n'est exposée au risque d'avalanche. Enfin, les risques liés à l'enneigement et aux vents violents sont en cours de recensement, mais jusqu'ici, aucun dégât significatif n'a été observé sur les halles face à ce type d'événement.

#### ✓ Vagues de froid et d'enneigement

Les cartographies révèlent que 14 halles se trouvent en zone soumise à des vagues de froids fréquentes, et 19 halles en région fréquemment enneigées. Aucun dommage direct et significatif liés à ce type d'évènement n'a été observé.

#### ✓ Tempêtes et vents violents

Près de 80 halles se situent dans des zones géographiques propices aux événements de tempêtes ou de vents violents. Jusqu'à présent, aucun événement de ce type n'a eu d'impact négatif notable sur les infrastructures de l'entreprise.

### *Plan de continuité de l'activité en cas de risque climatique*

En 2022, grâce cette classification des halles, METRO France a élaboré un plan de continuité de l'activité qui permettra, en cas de risque climatique sur ses halles, de mettre en œuvre des actions adéquates afin de gérer la crise et de maintenir les tâches opérationnelles essentielles de l'entreprise.

Ce plan préétabli permettra d'agir rapidement :

- En suivant une organisation prédéfinie : rôles et responsabilités de chacun,
- En suivant des actions étudiées à l'avance sans contrainte de temps et de stress lié à la crise,

- En suivant des actions validées par toutes les parties prenantes.

Il est piloté par l'équipe Audit et Contrôle Interne qui, une fois par semestre, envoie la dernière version du plan de continuité d'activité aux leaders d'actions pour qu'ils les mettent à jour.

Par ailleurs, chaque directeur de halles a connaissance des potentiels risques climatiques (avalanches, inondations, sécheresse, incendies etc.) auxquels son installation peut être exposée et déploie des actions de prévention et protection adaptées afin de mitiger les risques liés aux aléas climatiques.

## Protection de la biodiversité

La biodiversité définit la vie sur terre et dans l'océan, et englobe écosystèmes, animaux et patrimoine génétique. La Terre subit une disparition massive des écosystèmes ces dernières années avec des milieux terrestres sévèrement altérés par les activités humaines. La production alimentaire est le secteur économique qui a le plus fort impact négatif sur la biodiversité

En tant que distributeur, METRO France a une part de responsabilité dans la qualité de l'offre sélectionnée et commercialisée. Par les choix et critères de sélection, METRO France peut agir et a à cœur de proposer des produits qui respectent et préservent la biodiversité.

METRO France accompagne ainsi la transition écologique et sociétale de la restauration. Ce sujet prend la forme 3 combats majeurs :

- **La lutte contre la déforestation** qui a un impact très important en matière de destruction de capteur de carbone et donc de réchauffement climatique,
- **La préservation de la biodiversité marine**, liée à la surconsommation et à la surpêche,
- **L'agriculture durable**, avec la biodiversité végétale mais aussi animale avec la lutte intégrée des insectes, et la préservation de la richesse des sols.

METRO France s'engage à sélectionner des produits issus de filière mettant en œuvre des bonnes pratiques pour le maintien de la biodiversité.

## Préservation de la biodiversité marine

METRO France est engagée pour une pêche et une aquaculture durable grâce au déploiement d'une politique s'appliquant aux 12 espèces<sup>5</sup> les plus vendues par le Groupe METRO dans le cadre d'une initiative Groupe (20% du CA de la gamme pêche de METRO France). Elle se mobilise autour de 5 principaux engagements :

- La préservation de la biodiversité, la lutte contre la pêche illégale et la minimisation des impacts des activités de pêche ;
- Une alimentation des poissons garantissant l'absence d'OGM et de farines d'animaux terrestres ;
- Le respect des droits humains et des conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement des produits issus de la pêche ;
- Le bien-être animal<sup>6</sup> ;
- Les emballages, la transparence et la labellisation des produits de la mer.

<sup>5</sup> Thon, saumon, crevette, moule, lieu, morue, daurade, bar, truite, pangasius, homard, pétoncle

<sup>6</sup> Le sujet est suivi par l'entreprise, mais aucun indicateur n'est pour l'instant défini

Depuis 2021, METRO France a développé la démarche “Engagé pour l’Avenir” sur la filière du thon, issu d'une pêcherie transparente, durable et certifiée.

Le thon METRO Chef « Engagé pour l’Avenir » repose sur les piliers suivants :

- Le respect de la biodiversité et de la ressource : le thon est pêché sans dispositif de concentration de poissons (DCP), ce qui permet de limiter les prises d’autres espèces. De plus, les thons sélectionnés sont suffisamment grands pour pouvoir se reproduire, contribuant ainsi à la pérennité de l’espèce.
- La pêche responsable : le thon provient de pêcheries certifiées ce qui garantit que le poisson a été pêché d’une manière durable dans des zones non surexploitées. Tous les bateaux sont identifiés par un numéro unique, ce qui permet de lutter contre la pêche illégale.
- La transparence : grâce au numéro de lot, la traçabilité du produit est assurée jusqu’au bateau de pêche.

À l'issue de sa capture, le thon est congelé à -60°, ce qui lui confère une qualité équivalente à celle d’un produit frais en termes de goût et de texture. Cette congélation assure également une meilleure maîtrise de la sécurité sanitaire.

Une démarche équivalente est mise en place sur la gamme de thon en conserves de marques propres qui compte 6 références « Engagé pour l’Avenir ». L’ensemble des références de thon albacore de marques propres (dont la ressource est menacée) sont pêchées sans DCP.

✓ **Objectifs de METRO France**

→ Mise en avant des produits responsables avec la démarche Mr Goodfish :

100% des halles identifient les produits Mr Goodfish

→ Arrêt de la commercialisation des espèces en danger selon la FAO :

Aucune commercialisation d’espèces en danger

→ Arrêt de la commercialisation du bar sauvage pendant sa période de reproduction

Aucune commercialisation du bar sauvage de janvier à mars (hors bar de ligne).

→ Favoriser les techniques de pêche non destructives :

Arrêt de la commercialisation des espèces de grand fond

→ Engagement de réduction des DCP sur le thon

MDD : 100% du thon albacore et germon pêché sans DCP depuis septembre 2020

→ Engagement dans une démarche MSC : 100% thon MDD certifié MSC ou durable d’ici 2025

METRO France certifié selon le référentiel Groupe CO MSC/ASC

→ Traçabilité / sécurité sanitaire :

MDD : 100% des fournisseurs surgelés et frais certifiés GFSI ou audités par METRO France

## Lutte contre la déforestation

### ✓ Huile de palme

L'huile de palme peut être une source importante de déforestation.

METRO France a pour ambition de supprimer l'huile de palme de ses produits de marques propres lorsque cela est techniquement possible. En 2022, et depuis le début de la démarche, l'huile de palme a été supprimée de 51 références.

Lorsque cela n'est pas faisable, METRO France utilise une huile de palme durable. Pour attester que cette huile est durable, c'est-à-dire économiquement viable, écologiquement appropriée et socialement bénéfique, elle est certifiée RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil).

Comme METRO France se l'était fixé dans ses objectifs pour l'année 2022, 100% des références de marques propres contenant de l'huile de palme sont certifiées RSPO SG/IP.

### ✓ Soja

La production de soja, destiné à l'alimentation animale d'élevage, a un impact conséquent sur la déforestation au Brésil. METRO France s'engage et soutient la Stratégie Nationale de lutte contre la Déforestation Importée (SNDI), et est signataire d'un manifeste pour une mobilisation des acteurs français pour lutter contre la déforestation importée liée au soja.

Ce manifeste, est un engagement collectif des distributeurs, acteurs publics, des fournisseurs d'alimentation animale et ONGs (Canopée, Earthworm Foundation et Mighty Earth) pour s'associer et lutter contre la déforestation importée. A travers ce manifeste, les signataires s'engagent à ne plus importer de soja lié à la déforestation de forêts ou à la conversion d'écosystèmes naturels.

La politique Soja de METRO France en découle. Elle s'applique à tous les produits MDD contenant du soja en tant qu'ingrédient ou en tant qu'alimentation animale. Cela concerne notamment les filières volaille de chair, porc, bœuf, produits laitiers, ainsi que le saumon et la truite issus d'aquaculture qui représentent à ce jour la part la plus importante de l'empreinte soja de METRO France.

Dans le cadre de son engagement, METRO France demande à ses fournisseurs de mettre en place des plans d'action fondés sur trois piliers : la mise en transparence de l'origine du soja présent dans l'alimentation des animaux d'élevage, l'utilisation de protéines végétales alternatives et la mise en place d'indicateurs afin de mesurer les progrès. Ces plans d'action font l'objet d'un avenant au cahier des charges des produits à marque propre et permet à METRO France de mobiliser ses fournisseurs autour du sujet de la déforestation. A l'issue des premiers travaux réalisés par le groupe de travail coordonné par l'ONG Earthworm, le premier bateau de soja tracé identifié "ZDC" (zéro déforestation et zéro conversion) est arrivé en France en mai 2022. L'empreinte soja de METRO France est recalculée chaque année.

Les efforts de METRO France ont permis d'atteindre 100% des saumons et truites nourris avec du soja certifié Proterra, et nous avons des poulets issus d'une alimentation au soja ZDC. METRO France souhaite étendre cette part de soja certifié ZDC dans les mois à venir.

À travers la filière lait « Engagé pour l'Avenir » développée par METRO France, les vaches laitières sont nourries sans OGM (<0,9%), à partir de fourrages principalement locaux et respectueux du cahier des charges « Bleu-Blanc-Cœur », qui exclue le soja provenant du Brésil.

## Agriculture durable

### ✓ Agriculture responsable : Engagé pour l'avenir

La démarche "[Engagé pour l'Avenir](#)" traduit l'engagement de METRO France en faveur des filières responsables, en accompagnant ses fournisseurs à l'atteinte des objectifs grâce à un cahier des charges ambitieux. Ce label valorise le respect de cinq engagements :

- Promouvoir un mode de production responsable, en contribuant à la protection de l'environnement et à la préservation de la biodiversité ;
- Garantir la transparence et la traçabilité du champ à l'assiette ;
- Gérer les ressources de façon durable par une utilisation limitée de l'eau, un travail durable des sols et une gestion optimisée des déchets et des énergies ;
- Garantir la qualité et la sécurité des produits, par des contrôles réguliers ;
- Soutenir les producteurs français grâce à des contrats pluriannuels sur les filières qui le nécessitent.

METRO France a déjà déployé cette démarche autour de 17 filières et s'est engagé d'ici 2025 à ce que 100% de ses filières intègrent la démarche "Engagé pour l'Avenir".

### ✓ Produits issus de l'agriculture raisonnée

Le développement de produits issus de de mode de production agricole responsable fait partie de la stratégie de METRO France.

- En 2022, METRO France comptabilise 3150 références issues de l'agriculture biologique, soit près de 10% de plus qu'en 2020.

Début 2021, une gamme de six cafés BIO à marque Gilbert a été lancée. Trois de ces références viennent remplacer les produits Gilbert conventionnels déjà à l'assortiment.

Par ailleurs, METRO France soutient les produits labélisés « vergers écoresponsables ».

### ✓ Protection des sols

En 2023, METRO France travaille sur l'agriculture régénérative, en partenariat avec l'ONG earthworm. La protection et la vitalité des sols agricoles sont essentiels à une agriculture durable. Earthworm met en place une approche collaborative avec les agriculteurs, experts scientifiques pour proposer des solutions pratiques visant à la bonne santé des sols et le maintien de leurs qualités nourricières. Un travail raisonné et protecteur du sol permet de l'enrichir en humus et de maintenir sa biodiversité pour une production optimale et qualitative, cela favorise également la rétention d'eau et la captation de carbone.

### ✓ Paper & Wood policy

METRO France limite son utilisation de matières premières vierges par l'achat de produits fabriqués avec du bois, papier ou carton 100 % recyclé et certifiés FSC ou PEFC.

En 2022, 83,8% des produits de marques propres contenaient du bois/papier/carton certifiés FSC / PEFC / NF environnement / EU Ecolabel ou provenaient de matières premières 100% recyclés dont 100% des briques alimentaires et cartons de vin.

Pour 2023, les marques propres de METRO France, l'objectif est d'utiliser 100% d'emballages primaires et secondaires contenant du papier ou du carton certifiés FSC ou intégrant minimum 70% de fibres recyclées d'ici fin 2023

## Gestion de l'eau

METRO France, à travers les cahiers des charges de ses filiales Engagé Pour l'Avenir, encourage la mise en place de plan de gestion de l'eau et d'optimisation de l'utilisation de la ressource en eau. Cela passe par la mise en place d'outil de mesure de la consommation d'eau liée à l'irrigation et d'outils d'aide à la décision pour piloter et optimiser l'utilisation de la ressource.

La gestion de la ressource en eau fait également l'objet d'accompagnement des fournisseurs pour améliorer leur prise en compte de cet enjeu en vue d'une amélioration continue.

## Promotion du bien-être animal

Le bien-être animal représente l'une des 5 priorités de la politique de marques propres et l'un des engagements RSE de METRO France.

METRO France soutient les « Cinq libertés fondamentales » définies par le Farm Animal Welfare Council (FAWC) et par l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE), et fait signer à tous ses fournisseurs de boucherie de marques propres et de marques nationales une charte reprenant ses grands principes :

- Ne pas souffrir de la faim ou de la soif – accès à de l'eau fraîche et à une nourriture adéquate assurant la bonne santé et la vigueur des animaux.
- Ne pas souffrir d'inconfort – environnement approprié comportant des abris et une aire de repos confortable.
- Ne pas souffrir de douleurs, de blessures ou de maladies – prévention ou diagnostic rapide et traitement.
- Pouvoir exprimer les comportements naturels propres à l'espèce – espace suffisant, environnement approprié aux besoins des animaux, et contact avec d'autres congénères.
- Ne pas éprouver de peur ou de détresse – conditions d'élevage et pratiques n'induisant pas de souffrances psychologiques.

En 2021, METRO France a élaboré et déployé deux politiques de bien-être animal : la première sur les poulets de chair, pintades, vaches laitières, poules pondeuses, porcs et bovins, la seconde sur les œufs et ovoproduits.

Parmi les engagements de ces politiques, figurent :

- Des durées minimales de pâturage pour les vaches laitières produisant le lait METRO Chef.
- L'alignement sur les critères du Better Chicken Commitment pour les poulets de chair à horizon 2030.
- L'interdiction des antibiotiques, l'absence d'époinçage et de déboitement des ailes pour les poulets METRO Chef.

Un plan de progrès est également mis en place pour le bannissement des pratiques de mutilation, comme l'évitement de l'ébourgeonnage des veaux, ou sous anesthésie.

En 2022, 100% des œufs coquilles de marques propres commercialisés par l'entreprise sont issus d'un mode d'élevage alternatif à l'élevage en cage.

Pour 2025, elle a pour objectif d'étendre cette politique :

- A 100% des œufs coquilles de marques nationales ;
- A 100% des ovoproduits de marques propres et de marques nationales ;
- A 100% des produits élaborés dont l'œuf est l'ingrédient caractéristique<sup>7</sup>.

En 2022, cette politique concernait 55% des produits élaborés dont l'œuf est l'ingrédient caractéristique.

Entre 2019 et 2021, le taux d'œufs coquilles commercialisés par METRO France appartenant aux codes 0, 1 et 2<sup>8</sup> a fortement augmenté, passant de 55% à 69% des références.

METRO France met également progressivement en place des audits de bien-être animal pour les abattoirs n'ayant pas de système d'audit en place, afin d'évaluer les pratiques des fournisseurs de viande.

---

<sup>7</sup> Ingrédient caractéristique : œuf 1er ingrédient dans la recette, ou œuf mis en avant dans la dénomination, ou œuf à plus de 20% dans la recette

<sup>8</sup> Indication du mode d'élevage de la poule pondeuse. Pour en savoir plus :

<https://www.metro.fr/metro/engagement-rse/engagement-environnemental/oeuf-alternatif-france>

## 4 MECANISME D'ALERTE ET DE RECUEIL DES SIGNALEMENTS

Dans cette volonté d'offrir de bonnes conditions de travail, METRO France a mis en place différents mécanismes d'alerte et de recueil des signalements :

### 4.1 Dispositifs actuels

#### 4.1.1 Mécanisme interne pour les collaborateurs

METRO France dispose d'un système d'alerte professionnelle permettant aux collaborateurs de reporter les suspicions de fraudes, de corruption, de discrimination et harcèlement ainsi que tout autres cas de non-conformité à l'éthique des affaires diffusée dans le code de bonne conduite des affaires.

Ce système d'alerte se décompose en deux canaux :

- le canal hiérarchique qui permet aux collaborateurs de contacter leur manager, leur Responsable Ressources Humaines, le Directeur ou la Directrice Gestion des Risques & Compliance par oral, téléphone ou mail.
- l'adresse électronique dédiée ([frpariscompliance@metro.fr](mailto:frpariscompliance@metro.fr)) qui permet de garantir l'anonymat.

#### 4.1.2 Mécanisme externe

METRO France a également mis en place un système d'alerte à destination des personnes externes à l'entreprise telles que les fournisseurs, prestataires et sous-traitants. Il s'agit d'une adresse mail qui dirige vers le dispute manager de METRO France.

### 4.2 Evolution du dispositif : dispositif unique pour l'ensemble de la chaîne de valeur

Fin 2023, un nouveau système d'alerte sera déployé. Il s'agit d'un outil automatisé de remontée des alertes mis en place par METRO Groupe avec la plateforme sécurisée BKMS® System dont le stockage des données est réalisé sur un serveur externe et crypté, garantissant ainsi l'anonymat et la protection des lanceurs d'alerte.

Un lien permettant à toute personne voulant faire remonter une alerte au sujet de METRO sera disponible sur le site de METRO groupe et METRO France.

METRO France travaille à l'adaptation de cet outil aux obligations légales françaises telles que :

- La loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique ;
- Le décret n°2022-1284 du 3 octobre 2022 relatif aux procédures de recueil et de traitement des signalements émis par les lanceurs d'alerte et fixant la liste des autorités externes instituées par la loi n°2022-401 du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte.

METRO France a également élargi les catégories de signalements qui seront reportées à travers cet outils. Il comportera les différentes catégories de signalement listées ci-dessous :

- Corruption
- Infractions au droit de la concurrence/ antitrust

- Conflit d'intérêts
- Atteinte à la protection des données et/ou à la sécurité informatique
- Fraude/détournement/usage illicite /vol
- Blanchiment ou complicité de blanchiment d'argent et/ ou financement du terrorisme
- Discrimination, harcèlement, non-respect du droit du travail et/ ou des droits humains
- Non-respect des principes de bien-être animal et normes sanitaires dans le processus de fabrication des aliments et des produits
- Infractions aux réglementations liées à l'environnement ou à la lutte contre le gaspillage
- Atteinte à la protection du consommateur
- Fraude fiscale

L'alerte est ensuite retransmise au département le plus à même de prendre les dispositions nécessaires pour investiguer et traiter le problème survenu. Tout signalement est examiné. Selon sa nature, il peut être traité par le Comité de Gestion des Incidents Compliance qui échange et se réunit au gré des signalements afin d'en garantir une analyse et un traitement concerté. Il est composé des directions RH, Juridique, Audit, Gestions des Risques & Compliance et a la charge de statuer sur le bien-fondé de l'alerte et de décider des investigations à réaliser et mesures à prendre (disciplinaires ou organisationnelles).