Rapport de responsabilité d'entreprise

Pour l'exercice financier **2018**

Profil d'entreprise

METRO – un chef de file dans les domaines de l'alimentation et de la pharmacie au Québec et en Ontario.

Chiffre d'affaires de **16** milliards de dollars sur une base annualisée	Un réseau de plus de **1 600** magasins	Près de **90 000** collègues	Fondée en **1947**

Alimentation

947 magasins d'alimentation

Québec 679	**199** Metro, Metro Plus **10** Adonis	**97** Super C	**57** Marché Richelieu **250** Marché Ami **40** Marché Extra	**26** Première Moisson (partenaire)
Ontario 268	**134** Metro **2** Adonis	**131** Food Basics		**1** Première Moisson (partenaire)
Total	**345** Supermarchés	**228** Magasins d'escompte	**347** Marchés de proximité	**27** Première Moisson (partenaire)

Pharmacie

669 pharmacies

Québec 560	**380** PJC Jean Coutu, PJC Santé, PJC Santé Beauté **180** Brunet, Brunet Plus, Brunet Clinique, Clini Plus
Ontario 81	**9** PJC Jean Coutu, PJC Santé **72** Metro Pharmacy, Drug Basics
Nouveau-Brunswick 28	**28** PJC Jean Coutu, PJC Santé, PJC Santé Beauté
Total	**669** pharmacies

À propos de ce rapport

Ce rapport de responsabilité d'entreprise couvre l'exercice financier 2018, soit la période de 52 semaines terminée le 29 septembre 2018. Les événements significatifs qui ont eu lieu entre la fin de l'exercice financier et la fin de décembre 2018 ont également été inclus. Dans ce rapport, METRO fait référence à l'entreprise alors que Metro réfère à la bannière de magasins. Le rapport a fait l'objet d'une revue par le service de l'audit interne mais n'a pas été vérifié par une firme externe.

Informations prospectives

Nous avons utilisé, dans le présent rapport, diverses expressions qui pourraient constituer des informations prospectives. De façon générale, toute déclaration contenue dans le présent rapport qui ne constitue pas un fait historique peut être considérée comme une déclaration prospective. Les déclarations prospectives pouvant être contenues dans le présent rapport font référence à des hypothèses sur les industries alimentaire et de la pharmacie au Canada, des cibles, l'économie en général ainsi que notre plan de responsabilité d'entreprise 2016-2020.

Ces déclarations prospectives ne donnent pas de garantie quant à la performance future de la Société et elles supposent des risques connus et inconnus ainsi que des incertitudes pouvant faire en sorte qu'elles ne se réalisent pas. Nous croyons que nos déclarations sont raisonnables et pertinentes à la date de publication du présent rapport et représentent nos attentes. METRO n'a pas l'intention de mettre à jour les déclarations prospectives qui pourraient être contenues dans le présent rapport.

Pour plus de renseignements

Marie-Claude Bacon
Vice-présidente, affaires publiques et communications
11011, boul. Maurice-Duplessis
Montréal (Québec) H1C 1V6
514 643-1086
mbacon@metro.ca

Table des matières

2 *Messages*
- *Président et chef de la direction*
- *Vice-présidente, affaires publiques et communications*

3 *La responsabilité d'entreprise chez METRO*
4 *Faits saillants 2018*
5 *Clientèle comblée*
8 *Respect de l'environnement*
11 *Renforcement des communautés*
14 *Employés engagés*

Couverture : Semaine de l'entraide METRO au Québec et en Ontario.

Messages

Optimisation de la mise en œuvre de notre plan

L'année 2018 aura été une année charnière pour METRO avec l'acquisition en mai dernier du Groupe Jean Coutu. Notre regroupement compte maintenant plus de 1 600 magasins d'alimentation et pharmacies, de multiples bannières au Québec, en Ontario et au Nouveau-Brunswick, et procure de l'emploi à près de 90 000 personnes.

Nous sommes mieux positionnés que jamais pour répondre aux besoins de nos clients et continuer de croître, et ce, malgré un environnement d'affaires toujours très concurrentiel et une industrie du détail en mutation.

Les cadres réglementaires se modifient et nous constatons des changements chez nos clients, employés, fournisseurs et investisseurs. Chacun à leur façon, ils nous expriment leurs attentes en ce qui a trait à la prise en compte de facteurs de nature sociale, environnementale ou encore en matière de gouvernance dans la conduite de nos affaires. Nous avions remarqué le début d'une telle transformation il y a déjà quelque temps, et cette tendance s'est encore manifestée au cours de la dernière année.

Ce contexte apporte certainement son lot de défis. Nous sommes toutefois convaincus que nous avons le bon plan, les bons programmes et l'engagement nécessaire de nos dirigeants et employés pour avancer avec succès dans notre démarche de responsabilité d'entreprise.

Au cours de la dernière année, nous avons continué à améliorer nos façons de faire et avons maintenu le cap sur nos objectifs dans nos quatre piliers – clientèle comblée, respect de l'environnement, renforcement des communautés et employés engagés. Nous nous faisons aussi un devoir de demeurer à l'affût des enjeux émergents et des nouvelles pratiques pour nous aider à optimiser nos actions et à anticiper les risques auxquels nous pourrions devoir faire face.

Je suis heureux de vous présenter notre rapport de responsabilité d'entreprise pour l'exercice financier 2018. Nous avons maintenant dépassé le mi-parcours de notre plan 2016-2020, et nous sommes satisfaits du chemin franchi.

Nous avons poursuivi l'intégration de la responsabilité d'entreprise dans nos pratiques d'affaires et avons étroitement travaillé avec nos équipes à cet effet. Plusieurs initiatives débutées il y a quelques années portent leurs fruits, telles que la récupération des matières organiques, les dons de denrées alimentaires à des personnes dans le besoin, l'approvisionnement responsable, la promotion de produits et d'habitudes favorisant un mode de vie sain, sans oublier les nouveaux standards de construction de nos magasins qui permettent une meilleure performance environnementale.

Nous avons aussi une vision claire du travail qu'il reste à accomplir pour répondre à nos engagements dans chacun de nos piliers, et pour déployer nos programmes dans notre domaine de la pharmacie. Nous avons d'ailleurs amorcé ce travail avec nos nouveaux collègues et comptons poursuivre sur cette voie en 2019.

Je conclus en remerciant nos équipes pour leur travail rigoureux. Partout chez METRO, nous reconnaissons l'importance de conduire nos affaires de façon responsable et éthique. Ces efforts collectifs nous permettent d'être une entreprise digne de confiance, qui crée de la valeur pour la société.

Eric R. La Flèche
Président et chef de la direction

Étroite collaboration entre les équipes

La mobilisation continue de nos employés, gestionnaires et membres de la direction est un élément clé de notre démarche de responsabilité d'entreprise. Leur expertise et leur leadership nous permettent d'implanter avec succès les éléments de notre plan en matière de responsabilité d'entreprise dans nos activités, ce qui participe à l'atteinte de nos objectifs d'affaires.

Au cours de la dernière année, nous avons multiplié les sessions de travail avec toutes les équipes pour assurer le suivi de notre plan et déterminer des leviers d'amélioration. Je suis heureuse de souligner qu'une de nos réalisations consiste à avoir devancé de plusieurs mois la date de publication de ce rapport de responsabilité d'entreprise pour la faire coïncider avec l'assemblée générale annuelle, ce qui permet encore plus de cohésion entre nos plans d'affaires et de responsabilité d'entreprise. L'engagement de tous a été un facteur déterminant dans ce projet et je voudrais remercier tous les collègues d'avoir collectivement relevé le défi.

L'année 2018 aura aussi été marquée par des relations continues avec nos parties prenantes externes, une approche adoptée depuis les débuts de notre démarche il y a près de 10 ans. Nous avons néanmoins récemment constaté un intérêt croissant pour l'obtention d'information sur notre stratégie et nos pratiques quant à l'intégration des facteurs ESG (Environnement, Social, Gouvernance) dans notre gestion d'entreprise, entre autres de la part de la communauté financière. La collaboration diligente de nos équipes nous permet de communiquer l'étendue de nos actions en la matière.

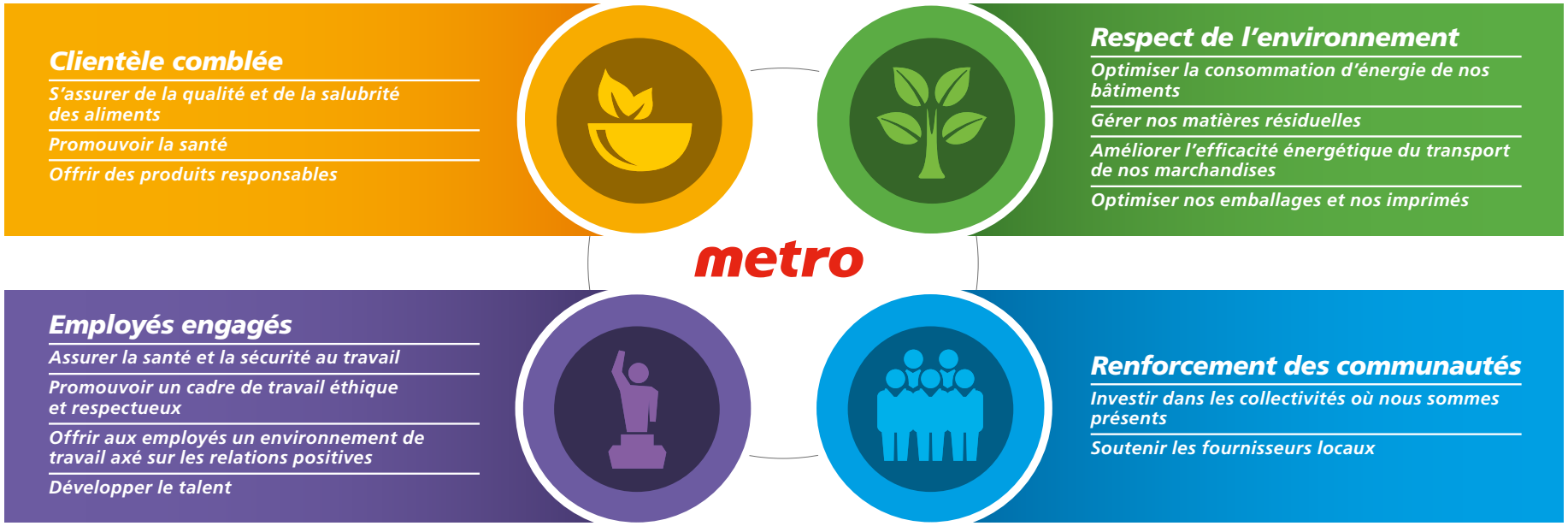
Nous amorçons l'exercice financier 2019 avec beaucoup d'enthousiasme. La mise en place de notre plan de responsabilité d'entreprise dans notre domaine de la pharmacie et la réalisation des dernières étapes pour atteindre nos objectifs du plan 2016-2020 seront au cœur de nos travaux pour la prochaine année.

Marie-Claude Bacon
Vice-présidente
Affaires publiques et communications

La responsabilité d'entreprise chez METRO

Approche

La démarche de responsabilité d'entreprise de METRO s'articule autour de quatre piliers. Pour chacun d'eux des priorités ont été déterminées en fonction des impacts économiques, sociaux et environnementaux significatifs de l'entreprise.



Gouvernance

La gouvernance de METRO en matière de responsabilité d'entreprise (RE) s'intègre à la structure de gestion de la Société et fait appel aux personnes appropriées à chacune des étapes décisionnelles et d'implantation.

Conseil d'administration	Approuve les politiques, plans et rapports de RE
Président et chef de la direction	Approuve la stratégie de RE et s'assure que les priorités sont conformes à la stratégie d'affaires de METRO
Vice-présidente, affaires publiques et communications	Définit les orientations stratégiques de RE et rend compte des progrès réalisés au comité de direction
Conseiller principal, responsabilité d'entreprise	Supervise l'implantation du plan de RE : coordonne les travaux des équipes internes et les relations avec les parties prenantes externes
Équipes internes	Sous la direction des vice-présidents concernés, assurent l'avancement des projets de chacun des quatre piliers selon les objectifs et cibles fixés

Faits saillants 2018

Clientèle comblée

Intérêt grandissant pour Irresistibles Naturalia et Irresistibles Biologique

Hausse de 71 % du nombre de produits offerts dans ces marques privées.

Promotion d'un mode de vie sain

Multiplication des initiatives valorisant les produits et habitudes favorisant un mode de vie sain : conseils, recettes et promotions pour encore mieux accompagner nos clients.

Mise en œuvre de l'approvisionnement responsable

- Pêche et aquaculture durables : politique mise à jour et publiée en juin 2018.
- Fruits et légumes : adhésion à une charte éthique internationale de production des fruits et légumes.

Respect de l'environnement

Efficacité énergétique : nouveaux standards de construction

L'intégration d'éclairage au DEL et de systèmes de réfrigération au CO_2 dans nos nouveaux magasins génère une diminution moyenne de consommation d'énergie de l'ordre de 25 % par rapport à 2010.

Taux de diversion de 65 % de nos matières résiduelles

Près de 70 magasins ont enregistré des taux de diversion supérieurs à 80 %, dont 6 ont déjà atteint ou même dépassé les 90 %.

Près de 110 000 tonnes de matières récupérées dans nos magasins

- 32 % sont des matières organiques.
- Amélioration de près de 10 % du volume de résidus alimentaires récupérés.

Renforcement des communautés

Programme Récupartage : récupération de 3 200 tonnes d'aliments dans nos magasins

Ces denrées permettront à des organismes communautaires de distribuer plus de 6 millions de repas.

Bénévolat de nos employés

Lancement de la première Semaine de l'entraide METRO : 98 employés ont consacré 340 heures à réaliser des activités en lien avec l'alimentation au profit de 14 organismes du Québec et de l'Ontario.

Achat local en progression

- Augmentation de 50 % du nombre de produits régionaux offerts à nos clients, passant de 1 161 à 1 742 produits.
- Hausse du nombre de magasins et de fournisseurs participant au programme.

Employés engagés

Amélioration de nos indicateurs de santé et sécurité au travail

Par rapport à 2017, diminution de 3,7 % de la fréquence et de 14,2 % de la gravité des blessures, et de 15,2 % de jours de travail perdus.

Options d'horaires flexibles

Mise en place d'un programme de travail flexible afin de permettre aux employés de mieux concilier leurs obligations professionnelles et personnelles.

Efforts soutenus de recrutement

Accueil de 126 stagiaires et 500 personnes à nos activités portes ouvertes, en plus des multiples partenariats et participations à des conférences et salons de l'emploi.

Clientèle comblée

Combler les besoins de nos clients est au cœur de la stratégie d'affaires de METRO. Nous visons à leur offrir des produits qui répondent à leurs attentes et à tendre vers une chaîne d'approvisionnement mettant de l'avant l'adoption de pratiques responsables.

NOS PRIORITÉS 2016-2020

S'assurer de la qualité et de la salubrité des aliments

Promouvoir la santé

Offrir des produits responsables

Qualité et salubrité des aliments

Assurer la qualité et la salubrité des aliments est une des plus importantes responsabilités d'un détaillant alimentaire. Nos équipes mettent en place des systèmes de contrôle rigoureux et assurent des suivis réguliers auprès de nos fournisseurs afin qu'ils formalisent leurs pratiques.

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Viser à ce que 100 % de nos fournisseurs de marques privées et de fruits et légumes détiennent une certification reconnue par la GFSI	En 2018, nous avons procédé à une refonte de notre système de documentation des certifications de nos fournisseurs. Ce nouvel outil nous permettra d'améliorer nos processus de suivis annuels auprès d'eux.	Progresse comme prévu | En continu
Réaliser des contrôles de qualité sur 100 % de nos produits de marques privées	Chacun des produits de marque privée a son propre plan qui prévoit de nombreux tests sur des attributs clés (ex. : odeur, goût, texture). La fréquence de ces tests est modulée selon des facteurs stratégiques (ex. : volume, changement de fournisseur, rétroaction des clients). De plus, 100 % des commentaires des clients reçus à notre centre d'appel et sur nos médias sociaux sont analysés et un suivi relatif à la qualité est effectué lorsque jugé approprié.	Objectif atteint
Usines de Première Moisson : obtenir les certifications visées pour les deux usines (production de boulangerie, viennoiserie et pâtisserie)	• Baie-D'Urfé : SQF (Safe Quality Food), Niveau 3 • Dorion : conforme aux Good Manufacturing Practices (GMP), système HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) mis en œuvre	Objectif atteint

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Fournisseurs certifiés par une norme reconnue par la GFSI
(Global Food Safety Initiative)

Marques privées

2018	98,6 %
2017	97,0 %
2016	96,0 %

Fruits et légumes

2018	82,0 %*
2017	79,0 %
2016	79,0 %

*Représentant la grande majorité des achats, soit plus de 95 %

Promouvoir la santé

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Offre de produits : augmenter de 10 % chaque année le nombre total de produits de marques privées dans les gammes de produits favorisant une saine alimentation	En 2018, nous avons augmenté de 7 % cette offre de produits, principalement en raison de l'intérêt grandissant pour les marques Irresistibles Biologique et Naturalia.	Progresse comme prévu | En continu
Mise en valeur des produits : réviser les critères de sélection et améliorer le processus d'identification des produits Bon choix/Meilleur choix	Cet objectif a été révisé afin d'en élargir la portée et ainsi mieux représenter l'approche holistique de METRO en matière de promotion de la santé.	Progresse comme prévu | En continu
Pharmacie : offrir aux pharmaciens des programmes professionnels axés sur la santé des patients et offrir des conseils aux consommateurs	Nous avons innové en 2018 en réalisant des initiatives conjointes de nos bannières Metro et Brunet pour encore mieux soutenir nos clients en matière de santé.	Progresse comme prévu | En continu

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Promouvoir la santé

Approche holistique

La vision du consommateur quant à l'adoption de saines habitudes de consommation alimentaire a changé au cours des dernières années. Nous constatons une demande marquée pour les produits biologiques, plus naturels, moins transformés et dont la liste des ingrédients est courte et facile à comprendre. Notre client est aussi à la recherche d'attributs spécifiques tels que réduit en sodium et en sucre, sans allergènes ni gras trans.

Bref, le consommateur veut bien s'alimenter et comprendre les produits qu'il mange. Il est en quête de produits qui correspondent à ses aspirations et valeurs.

Pour mieux répondre à cette réalité, nous avons fait évoluer notre approche santé, qui était basée principalement sur le programme À votre santé avec Metro, vers une approche encore plus holistique de la promotion d'un mode de vie sain, et ce, tant dans notre offre de produits que dans la façon de les mettre en valeur et d'accompagner le consommateur.

Produits de marques privées favorisant une saine alimentation

	2015 Année de référence	2016	2017	2018
Irresistibles Mieux-être	289	228	257	**228**
Irresistibles Sans Gluten	50	61	43	**44**
Irresistibles Biologique	72	48	65	**103**
Irresistibles Naturalia			12	**28**
Total	411	337	377	**403**

Représente plus de 10 % de nos produits alimentaires de marques privées.

Amélioration du profil de nos produits de marques privées

- 98 % des produits de la marque Irresistibles sont sans colorants ni arômes artificiels, comparativement à 97 % l'an dernier.
  - Notons que c'est le cas pour 100 % des produits Irresistibles Mieux-être, Irresistibles Biologique et Irresistibles Naturalia.
- Plus de 1 000 produits de marques privées, soit près du tiers, affichent un attribut nutritionnel – moins de gras, sans gras, moins de sel.
  - Pour arriver à une telle performance, nous analysons nos produits de façon continue. En 2018, nous avons réduit la teneur en gras, gras trans ou sucre de près de 200 produits des gammes Irresistibles et Selection.

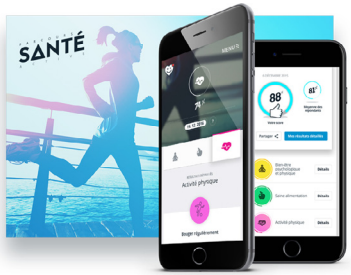
Large éventail d'initiatives

Nous sommes soucieux d'accompagner nos clients dans l'adoption d'un mode de vie sain de façon pertinente, attrayante et abordable.

Grâce à nos multiples plateformes – magasins, sites Web, circulaire, infolettre, réseaux sociaux, publicité, vidéos, commandites, partenariats – nous sommes en mesure de joindre efficacement les consommateurs pour leur offrir de l'information, des conseils, des recettes et des promotions tout au long de l'année.

La force de notre réseau qui allie magasins d'alimentation et pharmacies nous permet également d'élargir la portée de notre soutien.

Cahier spécial sur le bien-être offert en ligne dans un grand média du Québec.



Le Parcours Santé Active offert par Brunet et le programme À votre santé de Metro s'associent pour offrir à nos clients du soutien en matière de santé.

Initiatives pour promouvoir des produits qui contribuent à un mode de vie sain.

Offrir des produits responsables

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Divulguer le Cadre directeur d'approvisionnement responsable (AR) et en débuter la mise en œuvre	Le Cadre directeur d'AR a été publié en février 2017. En 2018, nous avons terminé de l'instaurer dans le domaine alimentaire, et la mise en œuvre dans les domaines non alimentaires corporatifs s'est poursuivie.	
Réviser le Code de conduite des fournisseurs et effectuer le déploiement	Le Code de conduite des fournisseurs a été publié en février 2017 et diffusé à nos fournisseurs. Sa mise en œuvre s'est poursuivie en 2018.	
Réviser la Politique de pêche et d'aquaculture durables et en commencer la mise en œuvre	La politique a été mise à jour et publiée en juin 2018. Sa mise en place, déjà bien avancée depuis 2010, s'est poursuivie.	
Amorcer la démarche d'approvisionnement responsable dans le domaine de la pharmacie	La démarche en est à ses débuts dans le domaine de la pharmacie compte tenu de l'acquisition du Groupe Jean Coutu en mai 2018.	

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

L'implantation dans le domaine alimentaire

En 2018, nous avons accordé beaucoup d'importance à la mise en place des mesures qui nous permettront d'atteindre nos objectifs. Nos équipes ont également collaboré à l'élaboration des outils nécessaires pour suivre la progression de nos engagements afin d'en faire état à l'avenir.

Les données disponibles actuellement nous indiquent par ailleurs que nous progressons solidement sur chacun des engagements et que nous avons atteint notre objectif pour deux d'entre eux :

- Crevettes issues de l'aquaculture : nous nous approvisionnons à 100 % en crevettes certifiées BAP (Best Aquaculture Practices) pour nos produits de marques privées;
- Thon en conserve de marques privées : 100 % de notre offre provient d'un approvisionnement durable.

Nous avons également poursuivi le programme de formation de nos équipes des centrales d'achats. Plus de 75 employés ont participé au deuxième volet de nos ateliers sur l'approvisionnement responsable, alors que les représentants de plus de 100 magasins ont pris part à nos cliniques sur la poissonnerie pour en connaître davantage sur notre politique de pêche et d'aquaculture durables.

Nos produits à l'honneur

Grand Prix canadien des produits nouveaux du CCCD

Gagnante de cinq prix, METRO est l'entreprise qui en a remporté le plus lors de la 25e édition de ce concours du Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) tenu en mai 2018. Deux produits de notre gamme Irresistibles Biologique ont été reconnus : le fromage sans lactose dans la catégorie produits laitiers et le poulet au grain dans la catégorie viande, œufs et fruits de mer.

Salute to Excellence 2018 de la PLMA

Les granolas Irresistibles Naturalia avec flocons de noix de coco et graines de chanvre se sont distingués dans la catégorie Céréales de petit déjeuner en remportant un prix lors de l'édition 2018 du concours de la Private Label Manufacturer Association. Ce prix, remis à Chicago, récompense l'innovation et la qualité des programmes de marques privées nord-américains.

METRO signataire d'une charte éthique de production des fruits et légumes

METRO est au nombre des quelque 60 entreprises signataires de la Charte éthique sur les pratiques de travail responsables dans les chaînes d'approvisionnement des fruits, légumes et fleurs (Ethical Charter on Responsible Labor Practices) adoptée par la Produce Marketing Association et la United Fresh Produce Association et rendue publique en juillet 2018.

Cette initiative internationale s'appuie sur des principes directeurs et des valeurs destinés à établir un cadre de référence à l'échelle de l'industrie et repose sur le droit du travail, les bons systèmes de gestion et les bonnes pratiques en matière de sécurité et de santé au travail, ce qui correspond aux lignes directrices du Code de conduite des fournisseurs de METRO.

Respect de l'environnement

L'amélioration continue de la performance environnementale de METRO repose sur la rigueur de ses processus et l'optimisation de ses pratiques. Grâce à son système de gestion environnementale (SGE) et à la mise en place de programmes structurants, ses équipes se consacrent de façon prioritaire aux éléments qui contribuent le plus à l'empreinte environnementale des activités de l'entreprise.

NOS PRIORITÉS 2016-2020

- *Optimiser la consommation d'énergie de nos bâtiments*
- *Gérer nos matières résiduelles*
- *Améliorer l'efficacité énergétique du transport de nos marchandises*
- *Optimiser nos emballages et imprimés*

Gestion de notre empreinte carbone

Pour une troisième année consécutive, notre bilan carbone est demeuré relativement stable quant à l'intensité de nos émissions de gaz à effet de serre (GES).

Les résultats des programmes mis en œuvre ces dernières années laissent par ailleurs présager des perspectives futures intéressantes, entre autres par l'adoption de nouvelles pratiques et les avancées technologiques qui s'offriront à nous.

Bilan carbone

Magasins corporatifs et franchisés au Québec et en Ontario

Exercices financiers se terminant à la fin septembre

2017	intensité de **25,63** kg d'éq. CO_2 / pi²
2016	intensité de **25,31** kg d'éq. CO_2 / pi²
2015	intensité de **25,85** kg d'éq. CO_2 / pi²

METRO a transmis son bilan carbone au CDP pour une 11e année. Les données transmises au CDP expriment le bilan de l'année précédente; ainsi, nos données 2017 ont été déclarées en 2018. Méthodologie : Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Le rapport est disponible ici.

Sources des émissions de GES

20 %	33 %	26 %	20 %
Consommation énergétique des bâtiments (électricité et gaz naturel)	Fuites de réfrigérants	Transport des marchandises (entre les magasins et centres de distribution)	Élimination des matières résiduelles

1 % Voyages d'affaires

Optimisation de la consommation d'énergie de nos bâtiments

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Intégrer aux nouvelles constructions des caractéristiques et équipements efficaces permettant d'augmenter de 5 % ou plus l'efficacité énergétique de ces bâtiments, par rapport à ceux construits en 2010	Les initiatives menées depuis 2016 nous ont permis de confirmer en 2018 une nette amélioration de la consommation énergétique de nos nouveaux magasins.	Objectif atteint
Sélectionner, auditer et procéder au recommissioning de 10 sites existants afin d'améliorer leur rendement énergétique de 5 à 10 % par rapport à leur performance d'origine	Audit de 10 magasins pour identifier les leviers d'amélioration de l'éclairage, des systèmes de réfrigération ainsi que des pratiques courantes des employés.	Progresse comme prévu | En continu
Améliorer les systèmes mécaniques désuets, lorsqu'applicable, lors des rénovations majeures	Chacune des rénovations de 2018 a fait l'objet d'une étude spécifique : un éclairage efficace au DEL a été préconisé lorsque le remplacement de l'éclairage existant était requis, et des équipements mécaniques plus performants ont été recommandés lorsqu'un besoin de remplacement a été identifié.	Progresse comme prévu | En continu
Première Moisson : remplacer les équipements en fin de vie par des équipements moins énergivores	L'efficacité énergétique est dorénavant un critère dans la sélection de tout équipement dans les deux usines de fabrication, tant au moment de leur achat initial que de leur remplacement.	Progresse comme prévu | En continu

Objectif atteint — Progresse comme prévu | En continu — Projet en démarrage

L'élément clé : nos employés

En plus de la sélection d'équipements efficaces, le comportement de nos équipes en magasin est un facteur déterminant de notre performance environnementale.

C'est pourquoi nous misons tout au long de l'année sur l'information et l'accompagnement des employés et des gestionnaires. Nos programmes de sensibilisation en matière de consommation énergétique et de gestion des matières résiduelles s'appuient sur les axes suivants :

- *Création de rapports de performance personnalisés pour les magasins*
- *Présence sur le terrain pour rencontrer les employés et les gestionnaires du réseau*
- *Production de matériel d'information : guides sur les équipements et bulletins prodiguant des trucs et conseils*

Nouvelles constructions

L'intégration d'éclairage au DEL et de systèmes de réfrigération au CO_2 débutée en 2016 dans nos nouveaux magasins porte ses fruits.

Les données de consommation énergétique de la dernière année de ces sites nous permettent de constater que nos standards de construction d'aujourd'hui sont nettement plus performants : nous avons observé une diminution moyenne de consommation d'énergie de l'ordre de 25 % par rapport à 2010, un résultat de beaucoup supérieur à ce que nous avions envisagé, grâce entre autres à l'évolution des technologies dans ces secteurs. Cette amélioration de l'efficacité énergétique représente par ailleurs un levier de réduction de nos émissions de GES.

Leviers d'amélioration en magasin

Amorcé en 2016, notre programme de recommissioning consiste à analyser la performance et les activités de 10 magasins par année afin d'optimiser le fonctionnement des systèmes mécaniques et électriques, et d'apporter des correctifs opérationnels ou d'équipement. Les magasins sont choisis en fonction de leur performance énergétique, de leur désuétude ainsi que du potentiel d'amélioration qu'ils représentent.

Nous visons dans un premier temps à identifier ce qui peut facilement être corrigé par l'amélioration de pratiques, comme l'ajustement de points de consigne de température. Les audits menés en magasin nous permettent également de déterminer les équipements à remplacer. Nous avons amorcé ce volet du programme en 2018 et considérons que ce type d'investissement pourrait générer des économies d'énergie d'environ 10 %, ce qui viendrait s'ajouter aux 3 % d'amélioration générée par de meilleures pratiques opérationnelles.

Gestion des matières résiduelles

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Doter tous les magasins corporatifs et franchisés d'un plan spécifique de gestion des matières résiduelles	Ce programme a été terminé en 2018 et tous les magasins corporatifs et franchisés du Québec et de l'Ontario ont maintenant un plan.	Objectif atteint
Viser Zéro Déchet à l'enfouissement tel que décrit par le U.S. Zero Waste Business Council (taux de diversion de 90 %) pour les magasins corporatifs et franchisés du Québec et de l'Ontario participant aux programmes de récupération	Le taux de diversion a connu une faible baisse en 2018 pour atteindre 65 % dans les magasins corporatifs et franchisés du Québec et de l'Ontario participant aux programmes de récupération.	Progresse comme prévu | En continu
Optimiser la gestion des déchets de construction	En 2018, en plus des programmes existants, un projet pilote a été lancé dans un magasin du Québec pour optimiser le tri du gypse à la source et en assurer la recyclabilité.	Progresse comme prévu | En continu
Première Moisson : implanter le programme de récupération des matières résiduelles dans l'ensemble du réseau	Le programme est en œuvre dans 24 des 27 succursales. Première Moisson poursuit ses démarches pour terminer l'implantation dans les trois autres magasins. Des démarches sont également en cours pour améliorer la gestion des matières résiduelles à l'usine de Baie D'Urfé.	Progresse comme prévu | En continu

Objectif atteint · Progresse comme prévu | En continu · Projet en démarrage

Mesures pour augmenter notre efficacité

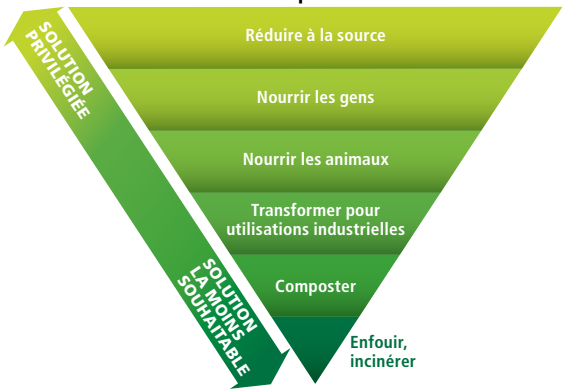
Malgré des efforts soutenus, nous avons terminé l'année 2018 avec un léger recul de notre taux de diversion qui atteint maintenant 65 %. Nous constatons que nos programmes n'ont pas progressé autant que nous le souhaitions en raison de facteurs tels que la disponibilité et la fréquence des services offerts, les infrastructures et les réglementations en place, ainsi que certaines pratiques opérationnelles non optimales.

Le travail consacré à la sensibilisation, au suivi des programmes et à la recherche constante de meilleures méthodologies de collecte nous a permis d'augmenter de façon appréciable notre volume de résidus alimentaires récupérés, soit près de 10 %, passant de 32 131 à 35 262 tonnes.

Au cours de la prochaine année, en plus d'assigner des ressources pour les équipements, nous allons particulièrement miser sur l'accompagnement des magasins, sachant que les comportements sur le terrain ont un impact réel sur la performance.

Pour nous permettre d'accorder le temps nécessaire à cette importante initiative, nous avons développé en 2018 un logiciel pour la gestion des matières résiduelles qui permettra d'améliorer l'efficacité du suivi de la performance des magasins et d'automatiser des tâches liées à la saisie des données.

Hiérarchie de récupération des aliments



Gestion des matières résiduelles

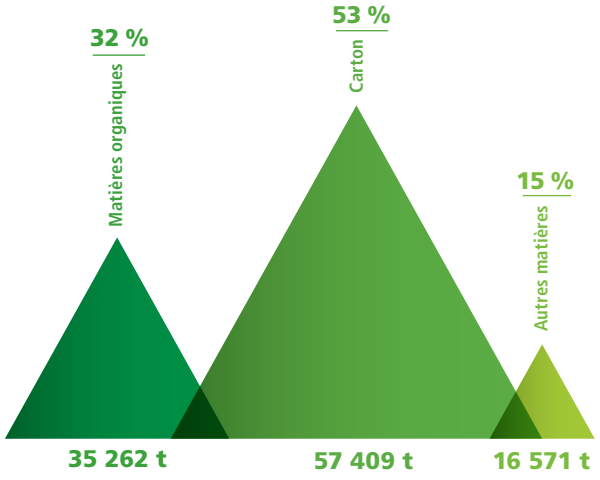
Taux de diversion

Le taux de diversion des matières résiduelles représente la portion des déchets qui ne sont pas acheminés aux sites d'enfouissement.

Alors que le taux de diversion pour l'ensemble des magasins est de 65 %, nous avons constaté que certains magasins connaissent de très solides performances : 68 de nos magasins du Québec et de l'Ontario ont enregistré un taux de diversion supérieur à 80 %, dont 6 magasins qui ont déjà atteint ou même dépassé les 90 %. Ces succès nous indiquent le potentiel du réseau à améliorer son rendement.

Portrait 2018

Matières résiduelles récupérées (en tonnes)
Magasins corporatifs et franchisés – Québec et Ontario



Matières organiques: 35 262 t
(résidus alimentaires)

Produits destinés au compostage et à la biométhanisation : 21 870 t

Produits non périssables donnés à des banques alimentaires : 2 012 t

Produits périssables donnés dans le cadre de Récupartage* : 3 214 t

Résidus de boucherie et de cuisson (matières transformées en produits d'usages courants) : 8 166 t

Carton: 57 409 t
(aux fins de recyclage)

Papier mixte: 79 t
(aux fins de recyclage)

Pellicule plastique: 1 610 t
(aux fins de recyclage)

Ballot mixte: 14 882 t
(plastique, papier, métal, carton ciré et carton – aux fins de recyclage)

Total: 109 242 t

*Incluant les magasins affiliés participant au programme

Efficacité énergétique du transport

Objectif clé	Réalisation 2018	Statut
Adopter les meilleures pratiques d'opération écoénergétique de la flotte de transport	En 2017, un logiciel pour la gestion et l'optimisation du transport a été déployé et, en 2018, nous avons commencé le développement des indicateurs de performance; nous prévoyons qu'ils seront prêts en 2019.	

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Optimisation de nos emballages et imprimés

Objectif clé	Réalisation 2018	Statut
Lancer et déployer la Politique d'optimisation des emballages et des imprimés	La caractérisation des emballages et des imprimés, ainsi que les principes d'optimisation, ont été élaborés en 2018; nous prévoyons terminer et divulguer la politique au premier semestre de 2019. Des pratiques d'optimisation ont quant à elles continué à être déployées au cours de l'année.	

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Attestation ÉCORESPONSABLE

En octobre 2018, METRO s'est vu décerner l'Attestation ÉCORESPONSABLE[mc] de niveau 1 — Emballage écoconçu pour sa démarche et son emballage du sac de pommes de terre 5 livres. Cette reconnaissance a été attribuée dans le cadre d'un projet pilote du programme développé par le Conseil des industries durables en collaboration avec RECYC-QUÉBEC et Éco Entreprises Québec. Cette initiative vise à reconnaître les efforts de développement des emballages plus responsables ainsi que leurs attributs en matière d'écoconception.

Renforcement des communautés

Nous participons au mieux-être économique et social des collectivités où nous sommes présents. Par nos actions, nous voulons contribuer positivement aux communautés et accroître la portée et les retombées de nos programmes sur ces collectivités.

NOS PRIORITÉS 2016-2020

Investir dans les collectivités où nous sommes présents

Soutenir les fournisseurs locaux

Investir dans les collectivités

Chaque année, METRO s'engage activement dans les collectivités où elle est présente en faisant d'importantes contributions en argent et en nourriture, en plus de soutenir les fournisseurs locaux du Québec et de l'Ontario.

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
En matière de philanthropie, consacrer un montant égal à 1 % de la moyenne du bénéfice net des trois derniers exercices financiers	En considérant les contributions en argent et les dons de denrées alimentaires, METRO a atteint cet objectif en 2018.	Objectif atteint
Favoriser la sécurité alimentaire en déployant un programme de récupération alimentaire au Québec et en Ontario	Nous avons récupéré 3 200 tonnes d'aliments dans nos quelque 200 magasins participant au programme Récupartage / One More Bite. Ces denrées permettront à des organismes communautaires de distribuer plus de 6 millions de repas.	Progresse comme prévu | En continu
Promouvoir de saines habitudes alimentaires dans la communauté avec le programme Croque Santé	Pour une sixième année, METRO et ses marchands ont remis 1 500 bourses de 1 000 $ à des écoles primaires et secondaires du Québec et de l'Ontario afin qu'elles puissent réaliser des projets favorisant la saine alimentation.	Objectif atteint

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Contributions 2018

En 2018, nous avons atteint notre objectif de consacrer un montant égal à 1 % de la moyenne du bénéfice net des trois derniers exercices financiers. Ce résultat prend en compte nos contributions en argent et nos dons de denrées alimentaires.

Nous nous sommes attardés au cours de la dernière année à analyser et documenter nos processus de collecte d'information et de divulgation concernant les dons de denrées alimentaires. Constatant que ces dons sont appelés à continuer d'augmenter au cours des prochaines années, nous voulons nous assurer d'avoir un juste équilibre entre nos contributions en argent et en denrées. Nous envisageons donc d'augmenter la proportion de nos dons en argent, toujours en fonction de la pertinence des activités à soutenir. Nous procéderons également à l'évaluation de la formule de calcul utilisée pour évaluer les dons de nourriture, qui est aujourd'hui fondée sur la valeur de vente au détail des produits donnés. Cet exercice s'inscrit dans notre démarche d'amélioration continue de nos méthodes de reddition de comptes.

Contributions en argent

Entreprise : 3,1 M $*

- Programme Croque Santé : **1,5 M $**
- Autres secteurs : **1,6 M $**

Employés : 1,5 M $

- Au Québec, METRO a participé pour une 21e année à la campagne annuelle de Centraide.
- En Ontario, le programme de dons des employés METRO Full Plate Program apporte son soutien à quatre organismes : Ontario Association of Food Banks, Second Harvest, Breakfast Clubs of Canada et United Way.

Clients et fournisseurs : 1,3 M $

Nos clients et fournisseurs soutiennent les collectivités locales en participant à des événements et des collectes de fonds en magasin, tels que :

- la campagne du Grand sapin de Sainte-Justine (un hôpital pour enfants de Montréal),
- l'initiative Toonies for Tummies (pour nourrir les jeunes),
- la campagne MIRA (pour offrir des chiens guides).

Dons de denrées : 33,7 M $

Ce montant représente les denrées distribuées à partir de nos centres de distribution (CD) et de nos magasins. Jusqu'à l'année dernière, nous présentions la valeur monétaire des denrées provenant de nos CD seulement; l'ajout des aliments provenant des magasins explique l'écart avec le montant de 6,5 millions de dollars de 2017.

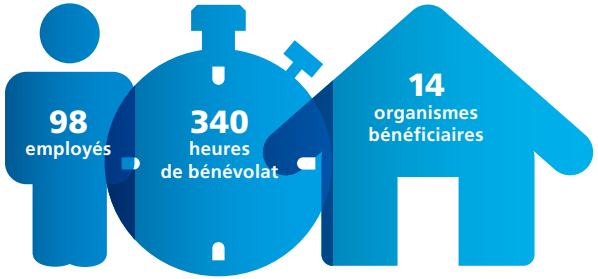
* Ce montant inclut les contributions du Groupe Jean Coutu (GJC) à compter du 11 mai 2018, date de l'acquisition du GJC par METRO.

Investir dans les collectivités

Bénévolat des employés

La première Semaine de l'entraide METRO s'est tenue au Québec et en Ontario du 28 mai au 1er juin 2018. À cette occasion, des employés ont fait une demi-journée de bénévolat dans un organisme de bienfaisance affilié à Centraide du Grand Montréal et à United Way de la région de Toronto.

Les employés ont consacré ce temps, rémunéré comme des heures régulières, à épauler des organismes en réalisant des activités en lien avec l'alimentation (paniers d'aide, jardinage, aide à la préparation de repas).



Sécurité alimentaire

En 2018, notre programme de récupération d'aliments, Récupartage / One More Bite, a connu une très forte croissance et a permis de donner à la communauté l'équivalent de plus de 6 millions de repas. Plus de 3 000 tonnes d'aliments ont été récupérées, ce qui représente une augmentation de 90 % par rapport à l'année précédente.

La mise en œuvre de ce programme est rendue possible grâce à nos partenaires :

- Les Banques alimentaires du Québec : cet organisme chapeaute les centres Moisson des différentes régions de la province qui desservent collectivement quelque 1 200 organismes communautaires.
- Nous avons établi deux partenariats en Ontario : avec Second Harvest et l'Ontario Association of Food Banks (OAFB).

Rappelons que ce programme consiste à donner à nos partenaires les produits invendus encore propres à la consommation comme la viande, les mets préparés, les produits laitiers et de boulangerie, recueillis dans nos magasins Metro, Metro Plus, Super C et Food Basics du Québec et de l'Ontario. Cette importante initiative permet de lutter contre l'insécurité alimentaire en offrant des aliments sains et diversifiés à des citoyens dans le besoin.

récupartage

onemorebite

Magasins participants

2018	193
2017	146
2016	112

Nourriture donnée (en kg)

2018	3 200 000
2017	1 680 000*
2016	1 075 000

Équivalent de repas

2018	+ 6,4 M
2017	+ 3,3 M
2016	+ 2,1 M

*Excluant l'Ontario – données non disponibles

Soutien communautaire de Première Moisson

Depuis huit ans, Première Moisson collabore avec l'organisme La Tablée des Chefs pour récupérer des denrées invendues en magasin et les redistribuer dans la communauté. Au cours de la dernière année, 21 succursales ont participé au programme, soit 50 % de plus qu'en 2017. Elles ont collectivement amassé plus de 84 tonnes d'aliments – majoritairement des pains, viennoiseries et mets préparés – qui ont bénéficié à 46 organismes communautaires.

Première Moisson réalise également à chaque année des activités de financement en magasin. Une de ses initiatives phares est la remise de 20 $ pour chaque Bûche Signature vendue à l'occasion du temps des Fêtes. En 2018, la vente de la bûche La Glorieuse a permis de remettre 20 000 $ à la Fondation des Canadiens pour l'enfance afin d'encourager l'activité physique et l'adoption de saines habitudes de vie chez les jeunes défavorisés de 4 à 17 ans.

Soutenir les fournisseurs locaux

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Déployer la politique d'achat local au Québec et en Ontario	Le programme a connu un essor important en 2018 : il est déployé dans 300 magasins, mobilise 304 fournisseurs et permet d'offrir 1 742 produits locaux à nos clients.	Objectif atteint
Première Moisson : favoriser les achats locaux d'ingrédients à grand volume	La farine représente un des principaux achats de Première Moisson; 80 % de toutes les farines qu'elle achète proviennent du Québec.	Objectif atteint

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Programme d'achat local

L'étendue de notre programme d'achat local a fait un bond remarquable au cours de la dernière année au Québec et en Ontario dans nos magasins Metro, Metro Plus, Super C et Food Basics. Nous avons réussi à augmenter de 50 % en 2018 le nombre de produits régionaux offerts à nos clients, passant de 1 161 à 1 742 produits, et avons également augmenté le nombre de magasins et de fournisseurs participant au programme.

Lancé au Québec en 2013 et en Ontario en 2016, ce programme vise à offrir le plus de produits régionaux possible sur les tablettes des magasins et à augmenter leur visibilité, afin de répondre à la demande des clients, de plus en plus à la recherche de produits locaux. Cette initiative vise aussi à accompagner les fournisseurs dans leurs efforts de commercialisation auprès de la population au sein d'une grande chaîne.

	Québec				Ontario			
Année	Nbre de régions	Nbre de magasins	Nbre de fournisseurs	Nbre de produits*	Nbre de régions	Nbre de magasins	Nbre de fournisseurs	Nbre de produits*
2014	3	30	51	301				
2015	7	80	118	710				
2016	9	129	143	823				
2017	11	142	175	1 013	2	67	41	148
2018	**11**	**164**	**205**	**1 279**	**5**	**136**	**99**	**463**

*Produits frais et d'épicerie

Fournisseur innovant

Pâtes à base de farine de grillons maintenant disponibles chez Metro

Depuis octobre 2018, Mélio offre dans les magasins Metro de la Mauricie des pâtes contenant de la farine de grillons, une option pour les consommateurs désirant adopter des habitudes de consommation ayant un plus faible impact environnemental. En effet, les grillons sont une source de protéines et sont reconnus pour générer moins de gaz à effet de serre et nécessiter moins d'eau que d'autres types d'élevage lors de leur production. Cette entente s'inscrit dans le programme d'achat local de METRO, dont l'un des trois principes directeurs consiste à faire de METRO le principal allié des fournisseurs innovants.

Les farines de Première Moisson

Pour en connaître davantage sur le blé de qualité provenant du Québec qu'utilise Première Moisson, consultez les articles Le bonheur est dans le blé et Le point sur l'agriculture raisonnée de l'édition nº 2 de la série Les Carnets de Josée Fiset.

Employés engagés

Nous visons à soutenir les objectifs d'affaires de METRO tout en contribuant à offrir une expérience de qualité à nos employés pendant tout le cycle de leur vie professionnelle – l'attraction, le recrutement, l'intégration, le développement, l'avancement et le retrait de la vie professionnelle.

Alors que l'expérience client est au cœur de notre mission, l'expérience employé est le centre de notre approche de gestion des ressources humaines.

NOS PRIORITÉS 2016-2020

- *Assurer la santé et la sécurité au travail (SST)*
- *Promouvoir un cadre de travail éthique et respectueux*
- *Offrir aux employés un environnement de travail axé sur les relations positives*
- *Développer le talent*

Santé et sécurité au travail (SST)

METRO s'engage à prévenir les lésions professionnelles et les maladies liées au travail ainsi qu'à offrir au public un environnement de magasinage sécuritaire.

Objectif clé	Réalisation 2018	Statut
Améliorer notre performance en ce qui concerne la fréquence et la gravité des accidents de travail et le nombre de jours perdus	Nos indicateurs clés de performance se sont considérablement améliorés en 2018 par rapport à l'année précédente et à la période des cinq dernières années.	

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Principales initiatives de l'année

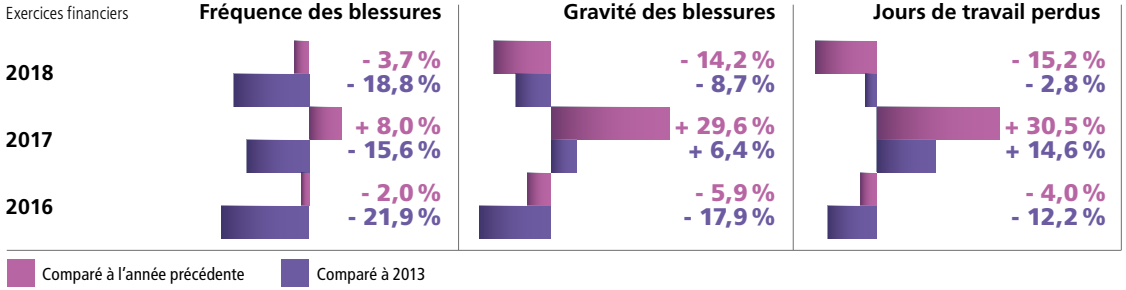
Prévention et formation

- Outre la formation des nouveaux employés et le travail de sensibilisation continu mené par les gestionnaires sur les questions de sécurité, des formations spécialisées sont proposées dans l'ensemble du réseau.
- En 2018, les employés et les directeurs de magasin et de centre de distribution ont été formés sur divers sujets, tels que :
  - Les responsabilités en matière de gestion
  - La sécurité des équipements
  - Le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT)

Gestion de programmes et communications

- Finalisation de l'analyse stratégique des politiques, pratiques et contrôles en matière de SST, dans le cadre d'une évaluation par une tierce partie
- Élaboration d'un programme annuel de formation pour les membres du comité mixte sur la santé et la sécurité
- Poursuite du déploiement des nouvelles exigences et de la formation sur le SIMDUT

Notre performance



Après une année 2017 difficile en matière de SST, nous avons porté une attention particulière à la situation en 2018. Les indicateurs de performance clés pour la dernière année se sont donc considérablement améliorés. Grâce à l'intérêt marqué de nos équipes de direction et de nos employés, ainsi qu'aux diverses initiatives lancées cette année, nous sommes heureux de voir une tendance positive. La sécurité de nos employés et de nos clients demeure une priorité et nous continuerons de mettre l'accent sur les plans d'action et les initiatives nécessaires pour assurer une amélioration continue.

Cadre de travail éthique et respectueux

Afin de refléter l'évolution constante de notre contexte d'affaires, nous veillons à fournir à nos employés un environnement de travail qui reflète notre engagement à promouvoir de hautes normes d'éthique et d'intégrité.

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Réviser et mettre en œuvre la politique sur les conflits d'intérêts et l'éthique professionnelle	Le nouveau Code de conduite des employés de METRO est entré en vigueur en 2016.	
	La nouvelle politique est entrée en vigueur en 2016.	
Réviser et mettre en œuvre la politique relative aux communications et aux interventions publiques	Le programme a été modernisé en 2016. Des efforts sont constamment déployés pour mieux le faire connaître et miser sur la prévention, surtout dans un contexte de changement. En 2018, nous avons offert différentes formations à l'intention de nos partenaires des ressources humaines et de nos partenaires syndicaux afin de mieux les outiller en prévention et en gestion de crise. Ces formations ont été l'occasion de renforcer la compréhension du programme chez les acteurs clés dans nos différents établissements.	
Réviser et mettre à jour le programme d'aide aux employés et à la famille (PAEF)		

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Environnement de travail axé sur les relations positives

Le commerce de détail est un secteur des plus stimulants, mais aussi très concurrentiel où les enjeux de rétention du personnel sont bien présents. La satisfaction de l'employé à l'égard de son travail et le milieu dans lequel il évolue sont des facteurs décisifs en ce qui a trait au maintien en poste. Nous cherchons donc à offrir des environnements de travail où les talents et aspirations des employés sont reconnus et valorisés.

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Mettre à jour et déployer un programme de rémunération globale	Le travail d'harmonisation des pratiques de rémunération entre nos divers groupes se poursuivra jusqu'en 2020.	Progresse comme prévu | En continu
Mettre à jour la façon de souligner la contribution des employés de longue date	À la suite d'une analyse du programme, cet objectif a été retiré, car nous avons convenu qu'il ne nécessitait pas de refonte puisqu'il répond encore bien à nos objectifs.	Objectif retiré
Renforcer les communications ouvertes au sein de l'entreprise	L'année 2018 a été marquée par l'acquisition du Groupe Jean Coutu. La communication régulière, claire et transparente a joué un rôle clé dans la stratégie de regroupement des équipes.	Progresse comme prévu | En continu
Maintenir de bonnes relations avec les employés	Aucun conflit de travail n'a été enregistré durant l'année financière. METRO considère ses relations de travail satisfaisantes.	Progresse comme prévu | En continu
Rédiger et mettre en œuvre une politique sur la diversité	La Politique sur la diversité a été rendue publique à la fin de 2015 et implantée en 2016.	Objectif atteint
Favoriser l'intégration de nouveaux arrivants au marché du travail québécois	Le programme est solidement ancré dans la stratégie de recrutement et les initiatives se sont multipliées en 2018.	Progresse comme prévu | En continu
Favoriser le développement des femmes pour accéder à des postes de gestion	Les activités du programme METRO & elles permettent d'optimiser le développement des femmes plus tôt dans leur carrière, les préparant mieux à occuper des postes de direction.	Progresse comme prévu | En continu

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage | Objectif retiré

Horaire flexible

METRO a mis en place cette année un programme de travail flexible afin de permettre aux employés de mieux concilier leurs obligations professionnelles et personnelles. La première expression de ce programme a été l'horaire d'été. Au mois d'octobre 2018, des options d'horaires flexibles ont été ajoutées.

Ce programme s'adresse au personnel cadre ou professionnel ainsi qu'au personnel de soutien administratif non syndiqué de bureau. Des comités de travail sont en place et ont débuté la réflexion afin d'offrir un programme adapté à la réalité des autres groupes au sein de l'entreprise.

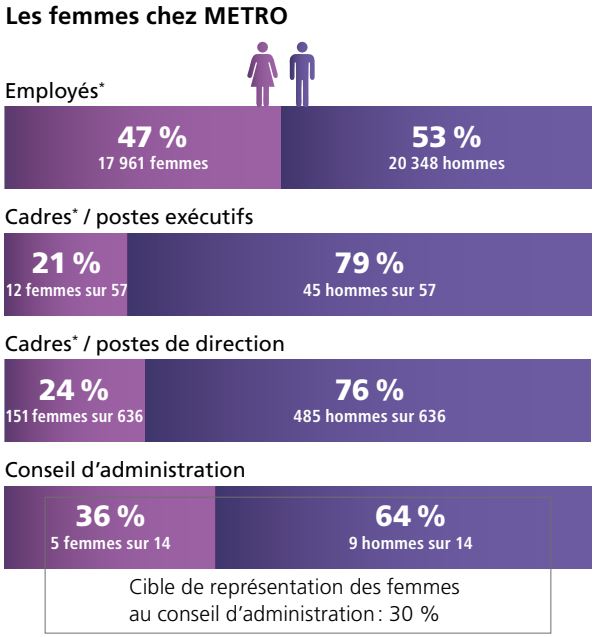
Réseau des femmes d'affaires de METRO

Implanté en 2015, le programme METRO & elles offre des activités pour favoriser le développement des femmes au sein de l'entreprise en mettant l'accent sur l'échange d'idées, d'expériences et de contacts.

En plus d'offrir des ateliers pour développer les compétences, des déjeuners-conférences, et des activités de réseautage et de bénévolat, le programme s'est élargi en 2018. Ainsi, un groupe de femmes de METRO a participé à un atelier du Y des femmes de Montréal portant sur des sujets sensibles auxquels les femmes sont confrontées dans la société; une telle initiative permet à nos employées d'élargir leurs connaissances et d'échanger avec des professionnels d'autres entreprises.

METRO vise également à favoriser l'accession des femmes à des postes supérieurs. Nos pratiques prévoient qu'au moins une femme doit, dans la mesure du possible, être considérée parmi les finalistes dans tous les processus de recrutement de niveau directeur.

Les femmes chez METRO



* Ces chiffres n'incluent pas les employés des magasins affiliés et franchisés, d'Adonis, de Première Moisson, de MissFresh, des bannières de proximité, des pharmacies Brunet, CliniPlus et Jean Coutu.

Développement du talent

L'objectif de notre programme de gestion du talent est de donner à chaque employé, tout au long de son parcours professionnel chez nous, les moyens de développer son plein potentiel, et ce, à l'aide de diverses ressources : mentorat, formation, cheminement de carrière, déjeuners-conférences, bibliothèque, codéveloppement professionnel et portraits de réussite.

Offrir à nos employés un cadre favorable au développement de leurs compétences et les aider à exceller dans leurs fonctions constituent un tremplin pour leur permettre d'assumer d'autres responsabilités au sein de l'entreprise.

Objectifs clés	Réalisations 2018	Statut
Embaucher 10 % de plus de nouveaux diplômés qu'en 2014 d'ici la fin de 2016	Bien que cet objectif ait été atteint, nous continuons à intégrer cette approche à notre stratégie de recrutement.	Objectif atteint
Offrir des stages aux étudiants	126 stagiaires ont été accueillis en 2018. Depuis 2016, 270 personnes ont réalisé des stages dans nos divers services.	Progresse comme prévu | En continu
Réviser et déployer le programme d'orientation	Les déjeuners d'accueil des nouveaux employés ont facilité leur intégration : en plus de mieux connaître METRO, ils ont eu l'occasion de rencontrer un membre de la haute direction et d'échanger avec les nouveaux collègues.	Objectif atteint
Créer un programme de perfectionnement en leadership	Le programme LEAD a été lancé en 2016 et 7 modules sont maintenant déployés, dont trois l'ont été en 2018.	Objectif atteint
Favoriser les mouvements de personnel à l'interne. Cible : 80 % des promotions accordées à l'interne	En 2018, 66 % des postes ont été comblés à l'interne, incluant les promotions et les mouvements latéraux.	Progresse comme prévu | En continu
Réviser le processus et l'outil d'évaluation du rendement	Implanté en 2017, le développement de l'outil s'est poursuivi en 2018 avec le lancement d'une première capsule interactive de formation ajoutant des exercices pratiques au contenu.	Objectif atteint

Objectif atteint | Progresse comme prévu | En continu | Projet en démarrage

Efforts soutenus de recrutement

Il existe de très intéressantes perspectives de carrière dans notre entreprise. Nous déployons des efforts soutenus, surtout dans le contexte actuel de pénurie de main-d'œuvre, pour identifier des candidats de qualité pour pourvoir nos postes et faire en sorte que METRO devienne leur choix privilégié.

En 2018, notre équipe a été particulièrement active sur le terrain pour attirer les meilleurs talents :

- Participation à 33 salons de l'emploi, dont un salon d'emploi virtuel
- 7 conférences données dans des institutions d'enseignement
- Partenariat avec plusieurs associations étudiantes universitaires
- Présentation d'un cas académique aux Jeux du Commerce et présence en tant que juge de membres de la haute direction
- Accueil d'étudiants pour la réalisation de travaux académiques dans le cadre de leurs études
- Accueil de 126 stagiaires de niveaux secondaire, collégial et universitaire dont plusieurs ont par la suite obtenu un emploi
- 500 personnes accueillies aux portes ouvertes de nos 3 centres de distribution de la région de Montréal
- Tenue de 5 déjeuners des nouveaux employés et 5 déjeuners-conférences

Une équipe composée exclusivement de femmes est à la tête du département des marques privées de METRO

Participation à un salon de l'emploi à Montréal, au Québec

Compétition académique au DeGroote School of Business de l'Université McMaster, en Ontario