

Loblaw^{MD}

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

2007

NOTICE ANNUELLE

12 mars 2008

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2007

TABLE DES MATIÈRES

ÉNONCÉS PROSPECTIFS.....	3
STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ	4
Constitution.....	4
Relations intersociétés	4
APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ	5
Plan de redressement sur plusieurs années	5
Chaîne d'approvisionnement	6
Questions en matière d'emploi et de relations du travail.....	7
Rendement financier.....	8
Produits et services	8
Programme de marques contrôlées	9
Services financiers	10
PC Mobile.....	10
DESCRIPTION DES ACTIVITÉS.....	10
Activités de la société	10
Divisions géographiques et bannières.....	11
Situation concurrentielle	13
La clientèle	13
Produits et services	13
Propriété intellectuelle	15
Technologie de l'information.....	16
Chaîne d'approvisionnement	16
Saisonnalité	17
Activités à l'étranger.....	17
Employés	17
Octroi de prêts	17
Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité.....	17
Responsabilité sociale.....	18
Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage	18
Protection de la vie privée et comportement éthique	18
Risques et gestion des risques.....	19
COMPOSITION DU CAPITAL-ACTIONS ET MARCHÉ POUR LES TITRES.....	19
Capital-actions, actions ordinaires	19
Volume et cours des actions ordinaires	19
Notation financière	20

DIVIDENDES SUR LES ACTIONS ORDINAIRES	22
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION.....	22
ACTIONS EN JUSTICE.....	26
CONTRATS IMPORTANTS	27
OPÉRATIONS ENTRE PERSONNES APPARENTÉES.....	27
AGENTS DES TRANSFERTS ET AGENT COMPTABLE DES REGISTRES.....	27
EXPERTS	27
RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION	27
HONORAIRES DE VÉRIFICATION EXTERNE	28
RENSEIGNEMENTS ADDITIONNELS.....	29
ANNEXE A – CHARTE EXPOSANT LE MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION	

ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Cette notice annuelle applicable à Les Compagnies Loblaw Limitée et à ses filiales (collectivement appelées la « société » ou « Loblaw ») contient des énoncés prospectifs concernant les objectifs, plans, buts, aspirations, stratégies, situation financière, résultats d'exploitation, flux de trésorerie, rendement, perspectives et occasions d'affaires. Des mots ou expressions comme « anticiper », « s'attendre à », « croire », « estimer », « viser », « avoir l'intention de », « compter », « planifier », « s'efforcer » et d'autres expressions semblables dans la mesure où ils se rapportent à la société et à son équipe de direction visent à caractériser des énoncés prospectifs. Ces énoncés prospectifs ne représentent pas des faits historiques, mais ils traduisent les attentes actuelles de la société au sujet des résultats et des événements futurs.

Ces énoncés prospectifs sont assujettis à divers risques et incertitudes pouvant faire en sorte que les résultats ou les événements réels diffèrent sensiblement des attentes actuelles. Ces risques et incertitudes comprennent, sans toutefois s'y limiter, les variations des conditions économiques, les changements dans les dépenses et les préférences des consommateurs, une augmentation de la concurrence résultant de l'arrivée de nouveaux concurrents ou des concurrents actuels, des modifications des stratégies d'établissement des prix de la société ou de ses concurrents, l'incapacité des magasins franchisés de la société d'afficher la performance prévue, les risques liés aux modalités des programmes de financement offerts aux franchisés indépendants de la société, l'incapacité de réaliser les économies de coûts et les efficacités opérationnelles prévues dans le cadre des principales initiatives de la société, incluant les investissements dans les systèmes de technologie de l'information, les investissements dans la chaîne d'approvisionnement et les autres initiatives de réduction et de rationalisation des coûts, l'incapacité de l'infrastructure de technologie de l'information de la société de répondre aux exigences des activités de la société, l'incapacité de la société de gérer les stocks en vue de réduire au minimum l'incidence des stocks désuets ou excédentaires et de contrôler les pertes, l'incapacité de mettre en œuvre avec succès et dans des délais opportuns les principales initiatives de la société, incluant l'implantation de stratégies et la mise en marché de produits novateurs, les coûts imprévus liés aux initiatives stratégiques de la société, incluant celles qui sont liées aux charges de rémunération, l'incapacité de la chaîne d'approvisionnement de la société de combler les besoins des magasins de la société, la détérioration des relations de la société avec ses employés, principalement durant les périodes de changement au niveau des activités de la société, l'incapacité d'obtenir les résultats souhaités durant les négociations collectives, incluant les modalités des conventions collectives futures, les modifications du cadre réglementaire dans lequel la société mène ses activités, l'adoption de nouvelles normes comptables et des modifications des estimations comptables utilisées par la société, incluant au titre des évaluations des stocks, les mouvements des bénéfices de la société résultant des fluctuations de la valeur des contrats à terme liés à ses actions ordinaires, des modifications des obligations fiscales de la société résultant de l'amendement des lois fiscales ou d'avis de cotisation futurs, la confiance accordée à tort à des fournisseurs tiers de services, des événements liés à la santé publique, l'incapacité de la société d'obtenir du financement externe, l'incapacité de la société d'attirer et de retenir des dirigeants clés ainsi que des problèmes d'approvisionnement et de contrôle de la qualité avec les fournisseurs. Ces risques et incertitudes de même que d'autres risques et incertitudes sont présentés dans les documents de la société déposés à l'occasion auprès des organismes canadiens de réglementation des valeurs mobilières, incluant la section portant sur les risques et la gestion des risques du rapport de gestion inclus dans le rapport annuel 2007 de la société. D'autres risques et incertitudes que la société ignore actuellement ou qu'elle juge sans importance pour le moment pourraient également faire en sorte que les résultats ou les événements réels diffèrent sensiblement de ceux qui sont précisés dans les énoncés prospectifs.

Les lecteurs sont donc invités à ne pas se fier de façon indue à ces énoncés prospectifs, qui traduisent les attentes de la société uniquement à la date de la présente notice annuelle. La société rejette toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser les présents énoncés prospectifs que ce soit à la suite de nouveaux renseignements, d'événements futurs ou autrement, sauf de la manière exigée par la loi. Sauf indication

contraire, les renseignements figurant dans la présente notice annuelle sont à jour au 12 mars 2008. Tous les montants sont exprimés en dollars canadiens

STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

Constitution

La société Les Compagnies Loblaw limitée a été constituée en société le 18 janvier 1956, bien que certaines parties de cette entreprise aient été fondées avant 1900. Elle a été prorogée en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* au moyen d'un certificat de prorogation daté du 7 mai 1980. La place d'affaires de la société est située au 22, av. St. Clair Est, Toronto (Ontario) Canada M4T 2S7. Le siège social national et centre de services aux magasins de la société est situé au 1, President's Choice Circle, Brampton, Canada L6Y 5S5.

Relations intersociétés

Les Compagnies Loblaw limitée est une société holding qui exerce ses activités par l'entremise de ses filiales. On trouvera ci-dessous une liste des filiales de la société qui exercent les principales activités de la société. Dans chaque cas, la société possède directement ou indirectement 100 % des titres avec et sans droit de vote. Dans la présente notice annuelle, Les Compagnies Loblaw limitée et ses filiales sont collectivement appelées « la société ».

Filiale	Territoire de constitution
Atlantic Wholesalers Ltd.	Nouveau-Brunswick
Fortinos Supermarket Ltd.	Ontario
Glenhuron Bank Limited	Barbade
Kelly, Douglas & Company, Limited	Colombie-Britannique
Loblaw Alberta Inc.	Alberta
Loblaw Brands Limited	Canada
Loblaw Financial Holdings Inc.	Ontario
Les Propriétés Loblaw limitée	Ontario
Loblaw Properties West Inc.	Canada
Loblaws Inc.	Ontario
Loblaws Supermarkets Limited	Ontario
National Grocers Co. Ltd.	Ontario
PGV Acquisition Inc.	Québec
La Banque le Choix du Président	Canada
Provigo Distribution Inc.	Québec
Provigo Inc.	Québec
Propriétés Provigo limitée	Canada
Provigo Québec Inc.	Québec
Westfair Foods Ltd.	Ontario
Zehrmart Inc.	Ontario

APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

L'évolution de Loblaw au cours des trois dernières années s'est poursuivie selon une philosophie de transformation visant à rendre la société véritablement concurrentielle à long terme.

Plan de redressement sur plusieurs années

La société a mis en œuvre un plan de redressement de trois à cinq ans et elle en est actuellement à la deuxième année de ce plan. L'année 2006 a été marquée par un changement radical au sein de la haute direction à la suite duquel l'équipe de direction a entrepris un examen de la société mettant l'accent sur les facteurs clés sous-tendant les activités de la société, comme la présentation des aliments frais, la maximisation de l'engagement des employés, le rendement relativement aux éléments fondamentaux du commerce de détail et la satisfaction des clients.

La nouvelle équipe de direction a par la suite mis en œuvre une initiative visant à refaire de Loblaw le meilleur détaillant, selon les trois principes suivants : simplifier, innover et croître. La direction a réalisé quatre projets importants découlant de ces principes, à savoir Le Projet Simplifier, revenir à la base, crédit pour la valeur et optimiser la bannière *Real Canadian Superstore* (« RCSS »). Le Projet Simplifier exécuté en 2007 visait à rationaliser l'entreprise en définissant plus clairement les responsabilités, en supprimant le chevauchement des tâches et en établissant des processus rigoureux, simples et efficaces. La mise en marché et le réapprovisionnement de produits alimentaires à l'échelle régionale ont été centralisés en vue d'accroître le pouvoir d'achat de la société et d'implanter des processus de gestion des catégories plus rigoureux et plus efficaces. Les fonctions d'exploitation des magasins ont été alignées dans toutes les régions en vue d'améliorer l'expérience des clients. Les fonctions de soutien, comme le marketing, les finances et les ressources humaines, ont été remodelées pour plus d'efficacité et d'efficience. Ces changements se sont traduits par une réduction de l'effectif de la société qui comptait environ 900 employés de moins à la fin de l'exercice. La société a continué de perfectionner ses outils, ses processus et ses capacités en vue de maximiser les avantages du Projet Simplifier tout en mettant l'accent sur la stabilité et l'exécution améliorée dans les magasins, les centres de distribution et les centres de services aux magasins.

Revenir à la base, est l'une des principales stratégies de la société afin qu'elle soit de nouveau reconnue comme l'un des meilleurs détaillants au monde et qu'elle redevienne un chef de file de l'industrie en matière de disponibilité de produits, doté d'une chaîne d'approvisionnement de renommée mondiale. Cette stratégie vise avant tout la disponibilité des produits en tablette, la réduction des pertes et l'amélioration de la productivité des magasins. En 2007, le programme « Toujours disponibles » dans le cadre duquel la société prévoit améliorer son processus de réapprovisionnement pour s'assurer que les clients peuvent toujours trouver ce qu'ils recherchent, représentait l'une des priorités de la stratégie revenir à la base. Ce programme a permis d'établir des procédures et des échéanciers normalisés pour l'exploitation des magasins, des paramètres de mesure précis du rendement et des rencontres de résolution de problèmes deux fois par jour. Après avoir été mis à l'essai, ce programme a été étendu à 233 magasins à la fin de 2007 pour ainsi améliorer la disponibilité en tablette des produits d'épicerie, des produits laitiers, des produits surgelés, des produits de soins naturels et des produits de santé et de beauté.

Le crédit pour la valeur représente la stratégie de la société en vue d'abaisser les prix de détail afin d'offrir une excellente valeur aux clients et s'assurer qu'ils reconnaissent les avantages que représentent ces prix moindres sur des produits essentiels, L'année 2007 a été marquée par des réductions ciblées des prix dans de nombreuses régions du pays. Bien que cette stratégie se soit traduite par un bénéfice moindre, la société a maintenu son engagement de réduire les prix en vue d'offrir de la valeur à ses clients et d'améliorer sa compétitivité. À compter du troisième trimestre et durant tout le quatrième trimestre de 2007, Loblaw a maintenu les prix à des niveaux comparables ou inférieurs à ceux de ses principaux concurrents dans les magasins à grande surface et les magasins à escompte partout au Canada.

En août 2007, un nouveau magasin à grande surface Superstore a ouvert ses portes à Milton, en Ontario. Ce magasin a été conçu pour mettre à l'essai quelques-uns des éléments que la société a jugés essentiels pour améliorer le rendement des investissements dans les grandes surfaces. Le magasin Superstore de Milton est également le premier magasin sans sacs de la société, une initiative qui a depuis été étendue à d'autres magasins au pays. En 2008, des projets pilotes seront testés dans tous les formats de la société pour être déployés à plus grande échelle par la suite, s'il y a lieu. Les tests se poursuivront également au niveau de la bannière *No Frills* dans l'Ouest du Canada et des projets pilotes seront mis en place dans les magasins de type conventionnel de l'Ontario.

En 2008, la société poursuivra ces initiatives fondamentales. Elle s'appuiera sur les changements organisationnels transformationnels amorcés en 2007 pour améliorer le rendement des magasins dans des domaines comme la productivité de la main-d'œuvre et la réduction des pertes et elle continuera d'investir dans les prix et d'améliorer ses assortiments de produits alimentaires et de marchandise générale ainsi que la perception au niveau des prix tout en s'assurant que les fonctions de soutien appuient adéquatement les activités dans les secteurs les plus essentiels. Elle amorcera également l'exécution de ses plans en vue d'améliorer sa chaîne d'approvisionnement et son infrastructure de technologie de l'information de la manière décrite ci-après.

Bien que les changements décrits ci-dessus devraient s'avérer profitables à la société en lui permettant d'être plus souple et plus orientée vers les clients, le succès dépend de la capacité de la direction de mettre ces changements en œuvre et de concrétiser les avantages escomptés. Une gestion inefficace du changement pourrait entraîner le mauvais fonctionnement de l'entreprise ou encore nuire à sa capacité de mettre en œuvre et d'atteindre ses objectifs stratégiques, compte tenu d'une absence de responsabilités claires, ou même amener les employés à agir d'une manière non conforme aux objectifs de la société. Tous ces facteurs pourraient avoir une incidence négative sur le rendement de la société. La société ne pourra peut-être pas toujours réaliser les économies ou autres avantages prévus au titre de ses initiatives.

Chaîne d'approvisionnement

À compter de 2005 et durant tout 2006, la société a procédé à une importante restructuration de sa chaîne d'approvisionnement afin de mettre en place un système logistique à l'échelle nationale. Lors de la conversion des systèmes, des difficultés sont survenues produisant un effet négatif quant à l'approvisionnement en magasin de produits de pharmacie et de marchandise générale. De plus, des complications sont survenues lors de la phase de démarrage d'un nouveau centre d'entreposage et d'approvisionnement, détenu et exploité par un tiers, pour distribuer dans l'est du Canada des produits de marchandise générale et certains produits de pharmacie principalement des produits de santé et de beauté.

À la fin de 2006 et en 2007, la nouvelle équipe de direction a continué de mettre l'accent sur l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement. En 2007, la société a entrepris une initiative de grande envergure consistant à investir dans sa chaîne d'approvisionnement en vue de la mettre à niveau, ce qui comportait l'implantation de nouvelles capacités de prévision, de réapprovisionnement, de distribution et de transport, en vue d'améliorer la disponibilité en magasin et la productivité opérationnelle au fil du temps. Les investissements dans la mise à niveau et le renouvellement des centres de distribution seront maintenus et des systèmes de planification seront mis en place en vue d'accroître l'efficacité des activités de transport. En 2008, nous mettrons l'accent sur les niveaux de service des centres de distribution, le respect des calendriers de livraison et la normalisation des processus d'exploitation.

Bien que ces initiatives devraient permettre d'améliorer les niveaux de service dans les magasins de la société, l'ampleur des changements et l'implantation de nouveaux processus pourraient provoquer des problèmes au titre de l'acheminement des marchandises aux magasins, ce qui pourrait nuire aux ventes. Les plans de la société visant à augmenter ses activités dans le secteur des vêtements dépendent de

l'amélioration des processus de la chaîne d'approvisionnement courante liée à ce type de marchandises. Avant la mise en place de ces changements et pendant celle-ci, l'acheminement de ces marchandises pourrait aussi subir une incidence négative, ce qui nuirait aux ventes.

Questions en matière d'emploi et de relations du travail

La majeure partie des employés de la société sont syndiqués et, par conséquent, cette dernière ne bénéficie pas de la même souplesse que ses concurrents dans des domaines comme le contrôle des coûts et la flexibilité. Les relations de la société avec ses syndicats ont été satisfaisantes au cours des trois dernières années et elles ont été caractérisées par des discussions franches et ouvertes sur les changements exigés pour maintenir la compétitivité de la société à long terme.

Au cours des trois dernières années, 194 conventions collectives ont été négociées avec succès, incluant une nouvelle convention d'une durée de quatre ans en 2006 avec les membres de certaines sections locales de l'Union internationale des travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce en Ontario. Cette convention permet à la société de convertir 44 magasins de l'Ontario sous la bannière RCSS ou en magasins d'alimentation selon le même modèle de gestion de la main-d'œuvre, avec possibilité d'accroître le nombre d'heures au besoin. La société a procédé à de nombreuses négociations collectives en 2007 alors que 73 conventions sont arrivées à échéance et que 68 autres ont été négociées avec succès, portant à la fois sur les conventions échues en 2007, celles qui ont été prorogées d'années précédentes et celles qui ont fait l'objet de négociations hâtives. En 2008, 73 conventions collectives couvrant environ 14 000 employés arriveront à échéance dont la plus importante s'applique à environ 3 100 employés. La société poursuivra également les négociations portant sur 67 conventions collectives reportées de 2005, 2006 et 2007.

La société entretient de bonnes relations avec ses employés et les syndicats et elle ne prévoit aucun problème inhabituel lors de la renégociation de ces conventions, bien qu'elle ne puisse le garantir. La renégociation de conventions collectives pourrait entraîner des interruptions ou des ralentissements du travail ayant possiblement des répercussions négatives sur le rendement financier de la société, compte tenu de leur nature et de leur durée. La société est prête à assumer les coûts à court terme de toute interruption du travail en vue de négocier des coûts de main-d'œuvre et des conditions d'exploitation concurrentiels à plus long terme.

En 2007, la fonction des Ressources humaines de la société a été remaniée en profondeur pour passer d'une plate-forme décentralisée à une plate-forme nationale. Des secteurs spécialisés ont été établis, incluant les primes, la santé, la sécurité et le bien-être, les communications avec les collègues, l'apprentissage et la formation, le développement organisationnel et la gestion des talents, et des effectifs y ont été affectés.

Le taux d'inefficacité de la société au titre du perfectionnement de ses employés et de la mise en place de processus adéquats de planification de la relève et de stratégies de rétention pourrait provoquer, un manque au titre des connaissances, des compétences et de l'expérience exigées, ce qui pourrait nuire à la capacité de Loblaw de mettre en œuvre ses stratégies, de mener efficacement ses activités et d'atteindre ses objectifs financiers. La société continue de mettre l'accent sur le perfectionnement des collègues à tous les niveaux et dans toutes les régions. Le perfectionnement des collègues et la planification de la relève de manière efficace sont essentiels pour assurer la croissance et le succès de la société. Toutefois, ces secteurs ne sont pas encore pleinement développés.

Le resserrement du marché du travail dans l'Ouest du Canada a créé des défis uniques visant l'exploitation efficace des magasins et des centres de distribution, ce qui influe sur la capacité de la société d'atteindre ses objectifs commerciaux. La société a mis en œuvre des programmes visant à attirer

des employés de calibre adéquat dans un milieu très concurrentiel, mais rien ne certifie que ces programmes demeureront efficaces.

Rendement financier

Au cours des trois dernières années, le chiffre d'affaires total s'est accru à un taux annuel moyen cumulatif de 4,1 %. Pendant cette même période, la superficie en pieds carrés des magasins détenus par la société et des magasins franchisés s'est accrue à un taux annuel moyen cumulatif d'environ 13,4 % et 7,7 % respectivement. Le nombre de magasins détenus par la société au cours de la même période a diminué, passant de 658 à 628. Le nombre de magasins franchisés a augmenté légèrement, passant de 400 à 408 au cours de la même période. La taille moyenne des magasins détenus par la société et celle des magasins franchisés a augmenté de 4,3 % et de 2,5 % respectivement au cours des trois dernières années, la tendance de la société étant d'avoir des magasins à plus grand format.

Récemment, la société a réduit ses dépenses en immobilisations pour se concentrer sur la croissance des ventes des magasins comparables plutôt que la croissance en fonction de l'espace, ce qui s'est traduit par une amélioration considérable des flux de trésorerie alors que les investissements ont été consacrés principalement aux rénovations, aux remodelages et à l'infrastructure. Les dépenses en immobilisations cumulatives financées par les flux de trésorerie tirés des activités d'exploitation et de financement se sont élevées à 2,71 milliards \$, soit 1,16 milliard \$, 0,94 milliard \$ et 0,61 milliard \$ en 2005, en 2006 et en 2007, respectivement. Malgré la décision de réduire les dépenses en immobilisations en 2007, la société a connu une croissance des ventes dans toutes les régions et elle a maintenu sa part du marché national.

De plus amples renseignements sur le rendement financier de la société se trouvent dans le rapport de gestion du rapport annuel 2007 de la société. Lesdits renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi et peuvent être consultés en ligne à l'adresse www.sedar.com.

Produits et services

La société est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et un chef de file en matière de produits de marchandise générale, de produits de pharmacie et de parapharmacie ainsi que de produits et services financiers. L'alimentaire demeure le centre névralgique des activités de la société. La société propose à sa clientèle quatre formats différents de magasins : magasins à grande surface, magasins conventionnels, magasins à escompte et points de vente en gros.

Dans le cadre du Projet Simplifier, des équipes ont été formées par format pour agir comme gestionnaires de chacune de nos marques de détail, à savoir nos magasins à escompte, nos magasins à grande surface et nos magasins conventionnels. Des stratégies de mise en marché claires ont été définies pour les magasins à escompte et les magasins à grande surface, s'appuyant sur les préférences des clients, divers facteurs concurrentiels et les occasions présentées par le marché. La stratégie de la société à l'égard de ses magasins conventionnels est en cours d'élaboration. Les projets pilotes réalisés en 2007 au titre des formats incluaient le nouveau *RCSS* de Milton ouvert en 2007, trois pilotes dans des magasins conventionnels de l'Ontario en vue de mettre à l'essai des améliorations au titre des aliments frais et l'ouverture de trois magasins *No Frills* dans l'ouest du Canada pour vérifier le potentiel des magasins à escompte dans ce marché.

La société vise avant tout à simplifier et à optimiser ses assortiments en vue d'obtenir du crédit pour la valeur en réduisant les prix de manière ciblée et en s'assurant que son offre de produits de marchandise générale complète adéquatement le principal secteur d'activité de la société, soit l'alimentation. D'autres produits et services offerts par la société sont décrits plus loin. De plus, par l'intermédiaire de certains magasins de la société et de magasins franchisés, la société offre des postes d'essence, des laboratoires de traitement des photos, des produits et des services optiques et des cliniques médicales.

Programme de marques contrôlées

La société propose un programme soutenu et novateur de marques contrôlées tant dans le secteur de l'alimentation que celui de la marchandise générale, ce qui contribue à assurer des prix concurrentiels et à créer une fidélisation de la clientèle. Depuis trois ans, la société continue d'ajouter des produits à son programme de marques contrôlées qui propose actuellement plus de 8 000 produits alimentaires et de marchandise générale. En 2007, plus de 1 400 nouveaux produits de marques contrôlées ont été mis en marché dont plus de 800 nouveaux produits pour la maison. En vue d'appuyer le lancement de ces produits, la société a publié en 2007 quatre numéros du journal *Trouvailles le Choix du Président* qui rejoint des millions de foyers partout au Canada, dont un *Trouvailles santé le Choix du Président* et un *Trouvailles maison le Choix du Président* proposant plus de 100 produits pour la maison, y compris des produits de cuisine, de literie, de salle de bain et de décoration intérieure.

Une des composantes du plan stratégique de croissance de la société consiste à offrir des produits et services centrés sous le thème « La santé, le foyer et de saines habitudes de vie ». À cette fin, la société a été un chef de file en donnant une orientation « santé » aux produits de ses marques contrôlées. La société offre une foule de produits bio certifiés dont plus de 300 sous la marque *PC Biologique*. Au début de 2005, la société a lancé la gamme de produits *Menu Bleu* pour les consommateurs particulièrement soucieux de faire des choix « santé » et nutritionnels. Cette gamme offre maintenant non moins de 350 produits.

En 2006, la collection de vêtements pour adultes *Joe Style frais* a été lancée avec succès dans 40 magasins. À la fin de 2006, la collection de vêtements *Joe Style frais* était présente dans environ 100 magasins dans toutes les régions du pays. Dans le cadre de ce lancement, la société a aménagé un espace dédié à *Joe Style frais*, doté d'allées plus larges, d'une caisse centrale et de cabines d'essayage. De nouveaux agencements décoratifs ainsi qu'une nouvelle signalisation ont été introduits. Au cours de 2007, la société a poursuivi l'expansion de la collection *Joe Style frais* en l'introduisant dans un plus grand nombre de magasins, soit 350, et en mettant sur le marché la collection de vêtements pour enfants, de sous-vêtements et d'accessoires. La collection devrait continuer de s'étendre dans tous les magasins de plus de 80 000 pieds carrés. Bien que certains délais de mise en marché liés à la chaîne d'approvisionnement aient été remarqués, les ventes de cette nouvelle collection ont été positives.

Les produits de marques contrôlées de la société, qui comptent parmi les marques les plus réputées du Canada, sont fabriqués sous contrat par des fournisseurs tiers. En vue de préserver l'intégrité des marques, ces fournisseurs sont tenus de respecter des normes de qualité très rigoureuses. Bien que des ententes contractuelles adéquates soient conclues avec ces tiers, la société n'a aucune influence directe sur la manière dont ces tiers sont gérés. Il se peut que des événements défavorables touchant ces tiers aient une incidence négative sur les activités de la société et son rendement financier.

La société s'efforce également d'étendre sa gamme de produits PC pour la maison.

En 2007, l'offre de marques contrôlées de la société a été appuyée par une nouvelle campagne de marketing proposant les produits Signature *le Choix du Président*, des produits offrant une valeur et une qualité exceptionnelles aux consommateurs. Cette campagne met de l'avant Galen Weston, le président exécutif du conseil d'administration de la société, comme porte-parole. Dorénavant, la société s'efforcera de solidifier sa plate-forme d'innovation relativement à ses produits de marques contrôlées et célébrera le 25^e anniversaire du journal *Trouvailles le Choix du Président* en 2008.

Services financiers

Les *Services financiers le Choix du Président*, incluant des comptes de chèques et d'épargne, des hypothèques, des REER, des fonds communs de placement, des prêts et des marges de crédit, sont fournis par la division des services bancaires en direct d'une grande banque à charte canadienne. La Banque *le Choix du Président*, filiale de la société, offre la carte MasterCard® des *Services financiers le Choix du Président*.

Par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance *PC Finance Inc.*, la société offre une assurance habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président* dans des marchés spécifiques au Canada incluant l'Ontario (depuis 2004) ainsi que le Québec et l'Alberta (depuis 2005). En 2005, la société, par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance *PC Finance Inc.*, a ajouté à ses offres d'assurance habitation et automobile, une assurance vétérinaire pour chiens et chats *Services financiers le Choix du Président* disponible dans chaque province et territoire sauf le Québec et le Nouveau-Brunswick de même qu'une assurance voyage *Services financiers le Choix du Président*, présentement disponible dans toutes les provinces et tous les territoires sauf au Québec.

PC Mobile

À la fin de 2005, la société a introduit *PC Mobile*, soit des services prépayés de téléphonie cellulaire et accessoires connexes. Les services *PC Mobile* sont fournis en collaboration avec Bell Mobilité®.

Des renseignements additionnels sur les tendances affectant la société et les stratégies de la société figurent dans le rapport de gestion intégré aux présentes par renvoi.

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

Activités de la société

Loblaw, une filiale de George Weston limitée, est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et un chef de file en matière de produits de marchandise générale, de produits de pharmacie et de parapharmacie ainsi que de produits et services financiers. Loblaw a pour mission d'être le meilleur détaillant de produits alimentaires et de produits pour la santé et la maison en dépassant les attentes des clients grâce à des produits novateurs et à très bons prix. Depuis plus de 50 ans, la société approvisionne le marché canadien en produits et services novateurs par l'intermédiaire de magasins détenus par la société et de magasins franchisés et associés. La société offre principalement quatre formats de magasins, soit les magasins à grande surface, les magasins conventionnels, les magasins à escompte et les points de vente en gros. Les magasins détenus par la société comprennent les bannières suivantes : *Atlantic Superstore*, *Dominion** (pour Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Loblaws*, *Maxi*, *Maxi & Cie*, *Provigo*, *The Real Canadian Superstore* et *Zehrs*, de même qu'un certain nombre de points de vente en gros exploités sous les bannières *Cash & Carry*, *Presto*, *Club Entrepôt* et *The Real Canadian Wholesale Club*. Les magasins franchisés et associés de la société opèrent sous les dénominations sociales suivantes : *Atlantic SaveEasy*, *Fortinos*, *Extra Foods*, *No Frills*, *SuperValu*, *Valu-mart* et *Votre Épiciers Indépendant*. Le réseau de magasins est soutenu par 25 installations d'entreposage exploitées par la société et trois installations d'entreposage détenues par des tiers localisées partout au Canada ainsi que, lorsque nécessaire, des sites temporaires d'entreposage.

De plus, la société offre des produits et des services financiers *Services financiers le Choix du Président*, notamment la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président*, un programme d'assurances habitation et automobile de même qu'une assurance voyage et une assurance vétérinaire, des services de téléphonie *PC Mobile* et un programme de fidélisation connu sous le nom de *Points PC*.

*Marque de commerce utilisée sous licence

Divisions géographiques et bannières

Pour l'exercice qui vient de se terminer, les activités d'exploitation de la société à l'échelle du Canada sont réparties comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés	Comptes indépendants	Entrepôts
Terre-Neuve-et-Labrador	15	5	8	171	1
Île-du-Prince-Édouard	4	3	1	87	-
Nouvelle-Écosse	34	20	1	443	2
Nouveau-Brunswick	20	21	5	196	2
Québec	226	22	299	3 080	4
Ontario	163	267	12	75	6
Manitoba	25	5	27	842	1
Saskatchewan	33	16	20	651	2
Alberta	71	3	9	1 518	5
Territoires du Nord-Ouest	2	-	1	1	-
Yukon	1	2	-	-	-
Colombie-Britannique	34	44	16	16	2
Total	628	408	399	7 080	25

Les bannières associées à chacun des formats de magasins de la société, se répartissent comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés
Magasin à grande surface			
Atlantic Superstore	53		
Dominion* (Terre-Neuve-et-Labrador)	13		
The Real Canadian Superstore	102		
Magasin conventionnel			
Atlantic SaveEasy	1	41	6
Fortinos		20	
Loblaws	89		
Provigo	68	22	3
SuperValu	1	15	7
Valu-mart		56	10
Votre Épiciers Indépendant		53	1
Zehrs	48		
Autre	2	35	253
Magasin à escompte			
Extra Foods	76	26	
Maxi	91		
Maxi & Cie	16		
No Frills		140	
Point de vente en gros			
Cash & Carry	22		119
Presto	12		
The Real Canadian Wholesale Club	34		
Total	628	408	399

* Marque de commerce utilisée sous licence

À la fin de l'exercice 2007, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était de 60 800 pieds carrés et de 28 000 pieds carrés respectivement. La taille moyenne des magasins détenus par la société et celle des magasins franchisés a augmenté de 13,4 % et de 7,7 % respectivement au cours des trois dernières années, la tendance de la société étant d'avoir des magasins de plus grand format.

Lorsqu'elle le juge approprié, la société a pour stratégie d'acheter des terrains pour de futurs magasins. À la fin de l'exercice 2007, la société possédait 73 % des biens immobiliers sur lesquels les magasins détenus par la société sont situés, 46 % des biens immobiliers sur lesquels les magasins franchisés sont situés ainsi que divers biens en développement ou en voie de l'être. Les biens immobiliers qui lui appartiennent sont essentiellement libres de toutes charges avec des prêts hypothécaires de seulement 17 millions \$ sur un actif immobilisé total incluant les biens immobiliers, d'une valeur comptable nette d'environ 8 milliards \$ à la fin de l'exercice 2007. La superficie totale des magasins détenus par la société et des magasins franchisés représente approximativement 27,9 millions de pieds carrés et 5,3 millions de pieds carrés, respectivement.

Une part importante des revenus et des bénéfices de la société proviennent de montants payés par les franchisés. La société profite de la gestion de ces magasins par des propriétaires et des exploitants dynamiques. Les franchisés passent des accords avec la société aux termes desquels ils doivent en règle générale être approvisionnés par la société et payer certains honoraires pour les services fournis par la société et pour le droit d'utilisation de certaines marques de commerce appartenant à la société. La société reçoit aussi une partie des bénéfices de la plupart des magasins franchisés au moyen d'actions privilégiées ou d'autres dispositions. Les services offerts par la société aux franchisés comprennent l'aménagement des magasins, des programmes de mise en marché et des systèmes de comptabilité. Règle générale, les franchisés indépendants louent de la société le terrain et l'édifice des magasins et, s'ils sont admissibles, ils peuvent obtenir un financement par l'intermédiaire d'une structure comportant des fiducies indépendantes afin de faciliter l'achat de la plupart de leurs stocks et de leurs actifs immobilisés comprenant des agencements et des équipements.

Les franchisés sont des entrepreneurs indépendants et, par conséquent, des facteurs échappant au contrôle de la société peuvent influencer négativement sur leurs activités de même que sur la réputation de la société et nuire à ses revenus et à ses bénéfices. Les revenus et les bénéfices pourraient aussi subir une incidence défavorable et la réputation de la société pourrait être entachée si un nombre considérable de franchisés devaient subir des défaillances d'exploitation, incluant des risques en matière de santé et de sécurité, éprouver des difficultés financières, refuser ou être incapables de régler les locations de stocks ou d'autres frais ou négliger de conclure ou de renouveler les conventions de franchisage. Le système de franchisage de la société est aussi assujéti aux lois et aux règlements en matière de franchisage adoptés par diverses provinces. Toute nouvelle loi et tout défaut de se conformer à la loi actuelle pourrait influencer négativement sur les activités et contribuer à accroître les coûts et charges d'administration liés à ces règlements. Tous ces facteurs pourraient nuire aux relations de la société avec ses franchisés.

À la suite de la dévaluation des cotes de crédit de la société dont il est question sous la rubrique « Notation financière », la société a été prévenue qu'un événement entraînant la résiliation de la convention de fiducie de financement indépendante de Loblaw à l'intention des franchisés de la société s'était produit en raison de ces dévaluations. En vue de régler le problème, la société travaille actuellement à l'obtention d'autres sources de financement auprès d'un consortium bancaire, sous la forme d'une facilité de crédit engagée de 364 jours à l'intention de tous les franchisés. Ce nouveau financement devrait être réalisé au second trimestre de 2008. Dès sa conclusion, ce nouveau financement pourrait se traduire par des coûts de financement supérieurs pour les franchisés pouvant influencer négativement sur les résultats d'exploitation. Bien que la société soit d'avis que les franchisés pourront continuer d'obtenir du financement adéquat à l'avenir, l'incapacité de le faire pourrait influencer

négativement sur les programmes de franchisage de la société et avoir des répercussions sur ses résultats d'exploitation.

Situation concurrentielle

Le secteur du commerce de détail canadien est caractérisé par une forte concurrence. Il est principalement fonction de la demande des consommateurs, laquelle est influencée par les tendances économiques, l'évolution des facteurs démographiques, la diversité ethnique, l'importance accordée à la santé et à l'environnement et le temps disponible. Les récentes tendances en matière de consommation ayant dominé le secteur comprennent les préoccupations des consommateurs au sujet de leur santé et de celle de leur famille, le manque de temps, la demande grandissante de produits de valeur et de qualité à un seul et même endroit, le désir d'acheter certains produits de marchandise générale lorsqu'ils font leur épicerie et les exigences de plus en plus marquées pour que les détaillants s'approvisionnent de manière éthique et responsable envers l'environnement et la collectivité.

Les concurrents de la société comprennent les exploitants traditionnels de supermarchés de même que les exploitants de magasins à très grande surface, les entrepôts, les pharmacies, les magasins à assortiments restreints, les magasins à escompte, les dépanneurs et les magasins spécialisés. Bon nombre de ces concurrents offrent une gamme de produits alimentaires, de produits de pharmacie et de parapharmacie et de produits de marchandise générale. D'autres demeurent concentrés sur les activités alimentaires. En général, le secteur canadien du commerce de détail a été caractérisé ces dernières années par une augmentation de la superficie supérieure à celle de la demande des consommateurs, ce qui s'est traduit par des pressions sur les détaillants pour les inciter à réduire leur prix et leurs coûts d'exploitation et de main-d'œuvre.

L'incapacité de la société de rivaliser efficacement avec ses concurrents actuels ou futurs pourrait se traduire notamment par une réduction de la part de marché et des prix moindres en réponse aux activités des concurrents en matière de prix. Par conséquent, la position concurrentielle de la société et son rendement financier pourraient être touchés de manière défavorable.

Bien que beaucoup reste à faire quant à l'implantation fructueuse des stratégies de la société, cette dernière estime être en position solide par rapport à la concurrence au Canada. La société continuera de mettre l'accent sur la proposition de valeur de ses bannières ainsi que sur le format de magasin approprié à chacun des marchés. De plus, son offre de marques contrôlées favorise la fidélisation de la clientèle et assure une certaine souplesse dans l'établissement des prix par rapport aux marques nationales. La société s'est engagée à réduire les coûts en vue d'appuyer sa rentabilité compte tenu des prix moindres offerts aux clients.

La clientèle

Les activités de la société ne dépendent ni d'un seul client ni même d'un nombre restreint de clients.

Produits et services

Produits de marques contrôlées

La société a développé avec succès une gamme de produits et services de marques contrôlées qui sont vendus ou mis en marché dans les magasins détenus par la société, les magasins franchisés et les magasins associés et offerts, en quantité limitée, à certains clients indépendants. L'équipe expérimentée, qui est responsable de l'élaboration de ces produits au sein de la société, travaille étroitement avec les fournisseurs à leur conception et leur confection.

La société commercialise actuellement plus de 8 000 produits de marques contrôlées sous les marques incluant : *le Choix du Président*, *PC*, *PC Biologique*, *Menu Bleu*, *Mini Chefs*, *sans nom*, *Joe Style frais*, *Format Club*, *VERT*, *EXACT*, *le Choix de nounours* et *La vie chez soi*. En 2007, plus de 1 400 nouveaux produits de marques contrôlées ont été mis en marché dont environ 800 produits pour la maison.

La santé, le foyer et de saines habitudes de vie sont les éléments au cœur de l'objectif de Loblaw d'être reconnue comme une entreprise permettant à tous les Canadiens de mener une vie saine. Loblaw offre des aliments sains de marque contrôlée, principalement par le biais de ses gammes santé *Menu Bleu* et *PC Biologique*.

Au cours des dernières années, une sélection de produits de marchandise générale a été développée sous les marques *PC* et *La Vie chez soi* dans le cadre de l'expansion de la société dans le secteur non alimentaire. Les produits proviennent de tous les coins du monde et sont destinés à toutes les pièces de la maison – literie, salle de bain, cuisine, décoration intérieure et plein air.

En 2006, la collection de vêtements pour adultes *Joe Style frais* a été lancée avec succès dans 40 magasins. À la fin de l'exercice, cette collection était présente dans environ 100 magasins et dans toutes les régions du pays. La société a appuyé le lancement en aménageant un espace *Joe Style frais* doté d'allées plus larges, d'une caisse centrale et de cabines d'essayage. De nouveaux agencements décoratifs ainsi qu'une nouvelle signalisation ont aussi été introduits. Au cours de 2007, la société a poursuivi l'expansion de la collection *Joe Style frais* en l'offrant dans un plus grand nombre de magasins, soit 350, et en mettant sur le marché la collection de vêtements pour enfants, de sous-vêtements et d'accessoires signés Joe. La collection devrait continuer de s'étendre dans tous les magasins d'une superficie de plus de 80 000 pieds carrés. Bien que certains délais liés à la chaîne d'approvisionnement aient été éprouvés au moment de leur mise en marché, les ventes de ces nouvelles collections ont été positives.

Marketing

Les programmes de marketing de la société mettent l'accent sur la promotion et la publicité pour divers produits et services de marques contrôlées appartenant exclusivement à la société. Ces programmes sont appuyés par de la recherche, incluant des mesures de connaissance de la clientèle et de notoriété des marques. L'équipe de marketing influence également sur le choix des produits annoncés dans les circulaires hebdomadaires, dans tous les formats de magasins.

La société vend une vaste gamme de marques nationales dont le marketing est assuré principalement par l'entremise des circulaires ou d'activités promotionnelles en magasin menées en collaboration avec les fournisseurs de marques nationales.

Un ensemble de médias de communications uniques est utilisé pour informer et éduquer les consommateurs à propos des produits et des services de la société. Le journal *Trouvailles le Choix du Président* est considéré comme une publication essentielle par des millions de consommateurs au pays et il est distribué directement jusqu'à quatre fois par année à plus de 11 millions de ménages. Ce journal décrit de façon créative tous les nouveaux produits offerts durant une saison et souligne les prix, la valeur et la qualité des produits de marques contrôlées. Bien que le programme de fidélité de la société soit géré par l'entremise des *Services financiers le Choix du Président*, l'équipe de marketing appuie ses marques en ajoutant des offres de fidélisation spéciales de *points CP* échangeables dans tous les magasins contre des produits lors de nombreuses promotions de marketing. Deux fois par année, la société participe à la semaine de la mode au Canada en vue de faire la promotion de sa gamme de vêtements *Joe Style frais*.

La société assure aussi la promotion de ses produits et s'adresse de manière interactive aux consommateurs sur ses sites Web, comme www.pc.ca et www.joe.ca sur lesquels les consommateurs

peuvent participer à des concours et évaluer et noter des produits alimentaires de même que créer une garde-robe personnelle.

Services financiers le Choix du Président

La société offre des produits et des services bancaires *Services financiers le Choix du Président* fournis par la division des services bancaires en direct d'une grande banque à charte canadienne.

Par l'intermédiaire de la Banque *le Choix du Président*, la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président* est offerte à l'échelle du Canada. Des prestataires de services tiers se chargent des services de traitement des transactions par cartes de crédit ainsi que d'un centre d'appels (services/soutien) et de la surveillance du crédit et des fraudes pour la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président*. Au 29 décembre 2007, une tranche d'environ 1,475 milliard \$ de montants exigibles sur cartes de crédit avait fait l'objet d'une titrisation tandis qu'une tranche de 548 millions \$ de montants exigibles était détenue par la Banque *le Choix du Président*.

Par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance *PC Finance Inc.*, la société offre une assurance habitation et automobile des *Services financiers le Choix du Président* dans des marchés bien spécifiques au Canada incluant l'Ontario ainsi que le Québec et l'Alberta. Une assurance vétérinaire pour chiens et chats *Services financiers le Choix du Président* est disponible dans chaque province et territoire à l'exception du Québec et du Nouveau-Brunswick. Une assurance voyage *Services financiers le Choix du Président* est actuellement offerte dans toutes les provinces et tous les territoires sauf au Québec.

L'utilisation de plusieurs de ces services offerts par les *Services financiers le Choix du Président* permet à la clientèle d'accumuler, par l'intermédiaire d'un programme de fidélisation, des points *PC* échangeables contre des produits d'épicerie et d'autres récompenses.

PC Mobile

La société a introduit *PC Mobile*, une gamme de services prépayés de téléphonie cellulaire et d'accessoires connexes. Les services *PC Mobile* sont fournis en collaboration avec Bell Mobilité®.

Propriété intellectuelle

La société a instauré des procédures afin d'enregistrer ses droits de propriété intellectuelle ou de les protéger autrement, y compris les marques de commerce utilisées dans les noms commerciaux de ses magasins ou bannières de même que ceux associés à ses programmes de marques contrôlées. Les noms commerciaux des magasins ou des bannières sont associés à des concepts de détail précis et revêtent de l'importance tant pour les activités des magasins détenus par la société que celles des magasins franchisés. Les franchisés utilisent les noms des bannières associés à leur programme de franchisés conformément aux accords d'octroi de licence. Les marques de commerce de la société utilisées dans le cadre de son programme de marques contrôlées sont présentées à la rubrique « Produits et services ». La propriété intellectuelle de la société comprend également les noms de domaines, les conceptions d'emballage de même que les formulations et les spécifications des produits. Les droits de propriété intellectuelle associés à l'entreprise et utilisés dans le cadre des activités de la société constituent des actifs importants et sont défendus avec vigueur. Certaines des marques de commerce de la société sont accordées sous licence à des fournisseurs tiers, principalement dans le cadre des *Services financiers le Choix du Président*. Les marques de commerce de la société figurant dans la présente notice annuelle sont présentées en italique.

Technologie de l'information

La société utilise divers systèmes pour appuyer les principaux aspects fonctionnels de ses activités. L'équipe responsable de la technologie de l'information (« TI ») offre des services de soutien, de maintenance et de développement pour ces systèmes tout en assurant la gestion de l'orientation stratégique des fonctions de TI de la société.

La société utilise une technologie aux points de vente permettant à chacun de se brancher sur une gamme d'outils de gestion en magasin pour des fonctions comme la gestion de l'effectif, les commandes de produits et la gestion des stocks. Les entrepôts sont munis de systèmes de gestion des stocks facilitant la cueillette et la livraison des produits. Il existe de plus, des outils de soutien pour les principales fonctions de la société, comme la mise en marché, les finances, les ressources humaines et le marketing.

La société maintient un réseau sécuritaire complet pouvant transmettre des données entre les magasins, les centres de distribution et les bureaux de la société et acheminant des données sur les opérations de crédit et de débit entre les magasins et le fournisseur de services de compensation de la société.

Loblaw fait aussi appel à des services d'impartition, plus particulièrement pour les applications et la technologie liées à ses ordinateurs principaux, les activités et les services pharmaceutiques et de laboratoire photographique et pour le compte des *Services financiers le Choix du Président*.

Tout bris ou panne des systèmes de TI pourrait avoir un impact défavorable sur la réputation, les revenus et le rendement financier de la société. Loblaw n'a pas suffisamment investi dans son infrastructure de TI et ses systèmes ne sont pas assez fonctionnels. Loblaw court le risque que cette infrastructure n'appuie pas adéquatement les processus commerciaux que requiert la nouvelle entreprise. En 2007, un plan stratégique TI a été mis au point pour orienter les nouveaux systèmes dont Loblaw a besoin. En 2008, la société amorcera l'implantation de ce plan.

Chaîne d'approvisionnement

La chaîne d'approvisionnement de la société est responsable du flux de la marchandise et de l'information entre ses vendeurs et fournisseurs et les centres de distribution de la société et, finalement, ses magasins. Dans certains cas, des marchandises sont déplacées directement des fournisseurs vers les magasins de la société. La société évalue continuellement ses méthodes de distribution incluant ses relations avec les vendeurs et fournisseurs, la technologie, les modes de transport et les installations. Lorsque la société le juge opportun, elle instaure des changements à ses infrastructures de chaîne d'approvisionnement pour assurer un système fiable et efficace en termes de coûts et ce de façon continue.

Le réseau de la chaîne d'approvisionnement et de distribution de la société compte 25 entrepôts et centres de distribution dont la société est soit propriétaire, soit locataire. La société a également recours à des services logistiques tiers, y compris ceux d'un centre d'entreposage et de distribution situé à Pickering, (Ontario) pour les produits de marchandise générale. La société utilise différents modes de transport incluant son propre parc de camions et a recours à des transporteurs tiers et au transport maritime et par rail. Pour le transport, la société n'est tributaire d'aucun tiers.

En 2007, la société a entrepris un plan sur plusieurs années en vue d'investir dans sa chaîne d'approvisionnement et de la mettre à niveau, comme décrit à la page 6 de la présente notice annuelle.

Un nouveau centre de distribution alimentaire à Ajax (Ontario), exploité par un fournisseur de services tiers, démarrera ses activités en 2008.

Saisonnalité

Les activités de la société relatives à l'alimentaire sont touchées à divers degrés par certaines périodes fériées au cours de l'année, notamment au chapitre du niveau des stocks, du volume des ventes et de l'assortiment des produits proposés. Certains produits pour la maison ou de marchandise générale sont sujets à un plus grand nombre de fluctuations saisonnières.

Activités à l'étranger

La Glenhuron Bank Limited, une filiale indirecte à part entière de la société, a des activités à la Barbade et exploite divers secteurs de services financiers notamment la gestion de capitaux et les services afférents à la trésorerie. La société n'est pas tributaire de ces activités.

Employés

En date du 29 décembre 2007, l'effectif de la société et de ses franchisés comptait plus de 140 000 personnes à temps plein et à temps partiel. Une majorité des employés œuvrant dans les magasins et centres de distribution de la société sont syndiqués. Actuellement, les employés syndiqués de la société sont couverts par 372 conventions collectives conclues avec 15 syndicats.

Octroi de prêts

Le conseil d'administration de la Banque *le Choix du Président* a approuvé des politiques de gestion du risque qui assure la gouvernance et la surveillance en vue de gérer et de contrôler efficacement les risques de crédit actuels et potentiels associés au crédit accordé aux clients MasterCard® des *Services financiers le Choix du Président*. En vue de réduire le risque de crédit connexe, la Banque *le Choix du Président* utilise des outils d'évaluation du crédit de pointe, des techniques rigoureuses de suivi des portefeuilles de cartes de crédit de même que des techniques assurant l'efficacité des processus de gestion et de recouvrement des comptes. De plus, les montants exigibles sont répartis entre un grand groupe diversifié d'utilisateurs de carte de crédit.

Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité

La société a des programmes en matière d'environnement, de santé et de sécurité en milieu de travail et a établi des méthodes et procédures visant à assurer le respect de toutes les exigences législatives applicables en matière d'environnement. À cette fin, la société procède à des évaluations des risques pour l'environnement et à des vérifications environnementales par l'intermédiaire de ressources internes et externes; elle a également mis en place des programmes de sensibilisation des employés à tous ses sites d'exploitation. La société s'emploie à être responsable sur les plans social et environnemental et reconnaît que les efforts qu'elle déploie pour assurer sa croissance économique et sa rentabilité afin d'affronter les pressions exercées par la concurrence doivent tenir compte de ses responsabilités en matière d'une saine gestion environnementale et de questions d'ordre écologique. Les exigences en matière de protection de l'environnement n'ont pas d'incidence importante sur la performance financière de la société et aucune pareille incidence n'est prévue.

Le comité de l'environnement et de la santé et sécurité du conseil d'administration reçoit régulièrement des rapports de la direction qui passent en revue les questions actuelles et potentielles futures, qui identifient des préoccupations liées à de nouveaux règlements ou nouvelles lois, de même que les initiatives de communication pertinentes. Le personnel dédié aux questions environnementales de la société travaille en étroite collaboration avec tous les secteurs d'exploitation de la société afin de s'assurer que toutes les normes de la société sont satisfaites.

Responsabilité sociale

De concert avec ses magasins et ses employés dans tout le pays, la société offre son soutien et sa contribution à des organismes locaux et nationaux dans ses divers marchés en commanditant de nombreuses causes sans but lucratif principalement orientées vers le soutien et la promotion de la santé des enfants, les banques alimentaires locales et l'écologisation des municipalités. La société appuie également la *Fondation pour les enfants le Choix du Président* qui vise à aider directement les familles ayant des enfants atteints d'une déficience physique ou intellectuelle.

En 2007, Loblaw a reconnu l'importance de la responsabilité sociale et créé une fonction dirigée par un vice-président principal relevant directement du président exécutif du conseil. En 2008, cette fonction dirigera l'élaboration et assurera le respect des principes de la société en matière de responsabilité sociale, comme la préservation de l'environnement, l'approvisionnement intègre et la différence positive dans la collectivité dans tous les aspects des activités de l'entreprise. Le premier rapport de la société sur la responsabilité sociale devrait être publié en avril 2008.

Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage

La société est assujettie à des risques liés à des défauts de fabrication de produits, à l'innocuité des aliments et à leur manipulation. Ces responsabilités peuvent découler du stockage, de la distribution et de l'étalage des produits, et en ce qui concerne les produits de marques contrôlées de la société, à leur fabrication, leur emballage et leur conception. Tout événement associé à ces questions pourrait nuire à la réputation de la société et à son rendement financier.

Une grande partie du chiffre d'affaires de la société provient de l'alimentaire et la société pourrait se trouver dans une position de vulnérabilité advenant un important problème d'intoxication d'origine alimentaire ou un nombre accru de préoccupations à l'égard de la santé publique liées à certains produits alimentaires. Un événement de cette nature pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière de la société. Dans pareille éventualité, des procédures sont en place pour gérer une crise de ce genre. Ces procédures sont conçues pour identifier les risques, s'assurer que les communications avec les employés et les consommateurs sont claires et que les produits potentiellement dangereux sont rapidement retirés des inventaires. Les risques liés à l'innocuité des aliments sont couverts par le programme d'assurances de la société. De plus, la société applique des procédures et des programmes en matière d'innocuité des aliments qui traitent des normes de préparation et de manipulation sécuritaires des aliments. La société s'applique à employer les meilleures pratiques pour l'entreposage et la distribution des produits alimentaires. Elle soutient avec dynamisme la sensibilisation auprès des consommateurs sur la manipulation et la consommation sécuritaires des aliments. La capacité de ces procédures d'endiguer ces événements dépend de leur exécution fructueuse. La mise en place de ces procédures ne signifie pas que la société sera en mesure dans tous les cas d'atténuer ces risques.

La société s'efforce de faire en sorte que les produits de ses marques contrôlées répondent à toutes les exigences réglementaires applicables, incluant un étiquetage informatif ayant trait à la nutrition afin que les consommateurs sensibilisés à une nutrition « santé » puissent faire des choix éclairés.

Protection de la vie privée et comportement éthique

La société s'engage à gérer ses activités de façon convenable et responsable, et ce, sur tous les plans. La société s'est dotée d'un Code de conduite des affaires qui énonce les attentes de la société quant au comportement adéquat et conforme à l'éthique de tous ses administrateurs et employés. De plus, la société a mis en place un comité d'éthique et de conduite des affaires, lequel vérifie l'observation dudit code et traite des questions qui surviennent en matière de conduite des affaires et d'éthique commerciale.

La société a aussi un code de protection de la vie privée qui stipule son engagement quant à la protection du caractère confidentiel des renseignements personnels.

La société encourage la dénonciation des comportements contraires à l'éthique et a mis sur pied une ligne téléphonique anonyme sans frais qui peut être utilisée par les employés afin de signaler des irrégularités soupçonnées dans les pratiques comptables, les contrôles internes ou la vérification ou les comportements manquant d'éthique pouvant affecter la société.

La société a adopté un Code à l'intention des fournisseurs qui énonce les attentes de la société à l'égard des fournisseurs pour ce qui est de la démarche sociale, environnementale ainsi que de l'observation des lois.

Tout défaut de la part de la société de respecter ses politiques, la loi ou des pratiques commerciales professionnelles pourrait grandement nuire à sa réputation et à ses marques et, par conséquent, à son rendement financier.

Risques et gestion des risques

En 2007, la société a fait une évaluation des principaux risques d'exploitation à l'aide d'entrevues sur le risque avec des membres de la haute direction. Les risques précisés durant ces entrevues ont été analysés et ils ont fait l'objet d'une discussion dans le cadre d'un processus de planification des activités tout en étant pris en compte dans le plan de vérification interne s'appuyant sur les risques. La société s'est dotée de stratégies de gestion des activités et des risques et d'un programme d'assurance qui contribuent à réduire les incidences financières potentielles de ces risques d'exploitation. Bien que la société utilise des stratégies en vue de mitiger ces risques, ces stratégies ne garantissent d'aucune manière qu'aucun événement ou circonstance ne se produira, influant négativement sur la situation financière et le rendement de la société

Une description de certains de ces risques ainsi que d'autres risques figure dans la présente notice annuelle tandis que d'autres risques sont présentés aux pages 27 à 33 du rapport de gestion du rapport annuel 2007 de la société, lequel est intégré dans les présentes par renvoi.

De plus amples renseignements sur les activités de la société sont contenus dans le rapport de gestion. Ces renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi.

COMPOSITION DU CAPITAL-ACTIONS ET MARCHÉ POUR LES TITRES

Capital-actions, actions ordinaires

Le capital-actions de la société Les Compagnies Loblaw limitée est entièrement composé d'actions ordinaires comportant droit de vote, soit un vote par action ordinaire. Les détenteurs d'actions ordinaires ont le droit, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions afférentes à toute autre catégorie d'actions de la société, de recevoir tout dividende déclaré par la société et de recevoir à la dissolution de la société, le cas échéant, les biens qui lui restent. Le 29 décembre 2007, on dénombrait 274 173 564 actions ordinaires émises et en circulation. Le nombre d'actions ordinaires autorisées est illimité.

Volume et cours des actions ordinaires

Les actions ordinaires de la société Les Compagnies Loblaw limitée sont cotées à la Bourse de Toronto et négociées sous le symbole boursier « L ». Les cours extrêmes de clôture mensuels des marchés et le volume moyen quotidien transigé sur une base mensuelle pour les actions ordinaires de la société Les Compagnies Loblaw limitée pour l'exercice se terminant le 29 décembre 2007 étaient comme suit :

<u>Mois</u>	<u>Haut</u> (en dollars par action ordinaire)	<u>Bas</u> (en dollars par action ordinaire)	<u>Volume moyen</u> <u>quotidien par mois</u> (en actions)
Janvier	51,80 \$	48,60 \$	502 787
Février	51,89 \$	46,21 \$	569 095
Mars	48,00 \$	45,50 \$	397 925
Avril	55,00 \$	45,85 \$	421 744
Mai	51,35 \$	49,50 \$	362 173
Juin	52,51 \$	47,56 \$	357 128
Juillet	53,72 \$	48,28 \$	382 261
Août	49,33 \$	44,41 \$	462 984
Septembre	45,79 \$	44,05 \$	324 776
Octobre	45,97 \$	43,34 \$	310 510
Novembre	43,77 \$	32,06 \$	728 484
Décembre	34,45 \$	30,73 \$	637 851

Les billets à moyen terme (« BMT ») de la société Les Compagnies Loblaw limitée ne sont ni négociés ni cotés sur une bourse reconnue.

Notation financière

Entre le deuxième trimestre de 2007 et le 7 février 2008, les notations des billets à moyen terme, d'autres billets et des débetures de la société ont été abaissées à deux reprises et celle des effets de commerce a été abaissée à une reprise à la fois par Dominion Bond Rating Service (« DBRS ») et Standard & Poor's (« S&P »). Au 12 mars 2008, la notation financière de la société Les Compagnies Loblaw limitée relativement à ses valeurs mobilières se présentait comme suit :

	<u>Dominion Bond Rating Service</u>		<u>Standard & Poor's</u>	
	<u>Notation</u>	<u>Perspective</u>	<u>Notation</u>	<u>Perspective</u>
Effets de commerce	R-2 (élevé)	Stable	A-2	Négative
Billets à moyen terme	BBB (élevé)	Négative	BBB	Négative
Autres billets et débetures	BBB (élevé)	Négative	BBB	Négative

Les agences de notation ont établi la notation financière à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes à la société Les Compagnies Loblaw limitée. Cette notation a pour but de donner une indication du risque que la société Les Compagnies Loblaw limitée ne s'acquitte pas de ses obligations en temps opportun. La notation financière ne traduit pas nécessairement l'incidence potentielle de tous les risques sur la valeur des titres. Pareille notation ne représente pas une recommandation d'acquiescer, de vendre ou de garder les titres et peut faire l'objet d'une révision ou d'un retrait en tout temps de la part des agences de notation.

Une définition des catégories de chaque notation a été obtenue des agences respectives à partir de leur site web et est présentée ci-dessous :

Dominion Bond Rating Service

Effets de commerce

La notation de DBRS applicable aux effets de commerce varie entre R-1 (élevé) et D. La notation R-2 (élevé) figure au quatrième rang sur une échelle de dix notations. La notation R-2 (élevé) de la dette court terme est considérée comme se situant à la limite supérieure d'une qualité de crédit adéquate. La capacité de rembourser les dettes à l'échéance demeure acceptable bien que la solidité de l'ensemble des principaux ratios concernant les liquidités, la dette et la rentabilité et les perspectives relatives à ceux-ci ne sont pas aussi favorables que ceux des effets de catégorie R-1 (faible). Par rapport à la dernière catégorie, d'autres insuffisances sont souvent remarquées dans ces domaines comme la stabilité, la souplesse financière, l'envergure relative et la situation dans le marché de l'entité par rapport à son secteur industriel.

Dettes à long terme (billets à moyen terme, autres billets et débentures)

Les notations de DBRS applicables à la dette à long terme varient entre AAA et D. Chaque catégorie de notation est assortie des sous-catégories « faible » et « élevé ». L'absence d'une telle désignation laisse voir que la notation se situe dans le milieu de sa catégorie.

La notation BBB est la quatrième sur une échelle de dix notations. La notation BBB de la dette à long terme est d'une qualité de crédit adéquate. La protection du capital et des intérêts demeure acceptable, mais les entités dans cette catégorie sont considérées comme étant plus fragiles lors de modifications défavorables des conditions financières et économiques. Il peut également y avoir d'autres conditions défavorables contribuant à réduire la vigueur d'une entité et la notation de ses titres.

DBRS utilise des perspectives de notation pour ses notations de sociétés. La perspective de notation traduit l'opinion de DBRS sur l'évolution de la notation en question, et les perspectives sont établies selon trois catégories, soit « positive », « stable » ou « négative ». La perspective laisse voir l'orientation que prendrait, selon DBRS, une notation si les tendances actuelles devaient persister ou, dans certains cas, si des mesures adéquates n'étaient pas prises. En général, l'opinion de DBRS s'appuie principalement sur une évaluation de l'entité émettrice, mais elle peut également tenir compte des perspectives du ou des secteurs industriels dans lesquels l'entité émettrice mène ses activités.

Une perspective positive ou négative ne signifie pas un changement imminent de la notation. Elle indique plutôt que les possibilités que la notation change dans le futur sont plus nombreuses que si la perspective « stable » avait été attribuée au titre.

DBRS attribue une perspective à chaque titre d'une entité émettrice et il peut arriver que les perspectives relatives aux titres d'une même entité soient différentes.

Standard & Poor's (S&P)

Effets de commerce

Les notations canadiennes de Standard & Poor's applicables aux effets de commerce varient entre A-1 et D. La notation A-2 figure au quatrième rang sur une échelle de huit notations. Les obligations notées A-2 traduisent la capacité satisfaisante de l'émetteur d'obligations de respecter ses engagements financiers au titre des obligations tout en étant plus sensibles aux mouvements et aux conditions économiques que les obligations notées A-1 (faible). Les obligations assorties d'une notation A-2 selon l'échelle de notation des effets de commerce canadiens pourraient avoir droit à une notation de A-2 selon l'échelle de notation mondiale à court terme de Standard & Poor's.

Dette à long terme (billets à moyen terme, autres billets et débetures)

Les notations de crédit à long terme de Standard & Poor's varient entre AAA et D. La notation BBB figure au quatrième rang sur une liste de dix notations. Une obligation notée BBB affiche des paramètres de protection adéquats. Toutefois, des conditions économiques défavorables ou une détérioration des circonstances sont plus susceptibles d'amoinrir la capacité de l'émetteur de respecter ses engagements à l'égard de l'obligation. Les notations variant de AA à CCC peuvent être modifiées par l'ajout d'un signe plus (+) ou moins (-) pour traduire la position relative au sein des grandes catégories de notations.

Une perspective de S&P met en évidence l'orientation potentielle d'une notation à long terme pendant une durée à moyen terme (généralement six mois à deux ans). En vue d'établir ses perspectives, la société tient compte de tout changement de l'économie ou des conditions fondamentales des activités. Une perspective ne traduit pas nécessairement un changement de notation ou une inscription future sur la liste de surveillance. La désignation « négative » signifie qu'une notation peut être abaissée et la désignation « stable » signifie qu'une notation ne devrait sans doute pas changer.

DIVIDENDES SUR LES ACTIONS ORDINAIRES

La société verse des dividendes trimestriels sur ses actions ordinaires depuis plus de 50 ans. La déclaration et le versement des dividendes ainsi que le montant de ceux-ci sont déterminés au gré du conseil qui tient compte des résultats financiers, des besoins de capital, des flux de trésorerie disponibles de la société ainsi que d'autres facteurs que le conseil juge pertinents à l'occasion. À long terme, la société a pour objectif d'afficher un ratio de versement des dividendes de l'ordre de 20 % à 25 % du bénéfice net de base ajusté par action ordinaire⁽¹⁾ du précédent exercice. Actuellement, aucune restriction n'empêche la société de verser des dividendes selon les niveaux historiques. Au cours des trois derniers exercices, les dividendes déclarés étaient de montants égaux. Les montants des dividendes en espèces déclarés par action ordinaire de chacun des trois plus récents exercices écoulés se présentent comme suit :

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Dividende déclaré par action ordinaire	0,84 \$	0,84 \$	0,84 \$

Postérieurement à la fin de l'exercice 2007, le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 0,21 \$ par action ordinaire, payable le 1^{er} avril 2008.

ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

La liste suivante des administrateurs et membres de la direction est à jour en date du 12 mars 2008.

Administrateurs

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
Galen G. Weston ¹ (Ontario) Canada	Président exécutif du conseil de la société	2006
Allan L. Leighton ¹ (Ontario) Canada	Vice-président du conseil de la société et de George Weston limitée et président du conseil du Royal Mail Group	2006

(1) Voir les mesures financières non conformes aux PCGR, « Bénéfice net de base par action ordinaire ajusté » à la page 42 du rapport de gestion

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
Paul M. Beeston, C.M. ^{2,3} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2005
Gordon A.M. Currie ⁴ (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, secrétaire et chef du service juridique de George Weston limitée	2006
Camilla H. Dalglish ⁵ (Ontario) Canada	Administratrice de sociétés	1991
Anthony S. Fell, O.C. ^{3*, 4*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2001
Anthony R. Graham ^{1,3,4} (Ontario) Canada	Président de Wittington Investments, Limited, une société holding contrôlée par M. W.G. Weston, président du conseil de George Weston limitée	1999
John S. Lacey ^{2,3} (Ontario) Canada	Président du conseil consultatif, Tricap Restructuring Fund	2007
Nancy H.O. Lockhart, O. Ont. ^{3,5*} (Ontario) Canada	Directrice générale de Frum Development Group, une société de promotion immobilière	2005
Pierre Michaud, C.M. ⁵ (Québec) Canada	Administrateur de sociétés	1999
Thomas C. O'Neill ^{2*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2003
Karen Radford ⁵ (Québec) Canada	Vice-présidente à la direction et présidente, TELUS Québec et TELUS Solutions partenaires	2008
John D. Wetmore ^{2,4} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2006

1. Comité de direction
 2. Comité de vérification
 3. Comité de la gouvernance, de la formation du personnel, des mises en candidature et de la rémunération
 4. Comité de la retraite et des avantages sociaux
 5. Comité de l'environnement et de la santé et sécurité
- * Président de comité

Tous les administrateurs demeurent en fonction jusqu'à la prochaine assemblée annuelle des actionnaires de la société ou jusqu'à ce que leurs remplaçants soient dûment élus ou nommés.

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

Galen G. Weston
(Ontario) Canada

Président exécutif du conseil

Allan L. Leighton
(Ontario) Canada

Vice-président du conseil

Mark Foote
(Ontario) Canada

Président et chef de la mise en marché

Dalton Philips
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif
Chef de l'exploitation

William M. Wells
(New York) États-Unis

Chef de la direction financière

Robert Adams
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Format - Magasins à escompte

Roland Boudreau
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Exploitation, Marché de l'Ontario

Jocyanne Bourdeau
(Québec) Canada

Vice-présidente exécutive
Marché du Québec

Mark Butler,
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Exploitation nationale

Barry K. Columb
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Services financiers

Grant Froese
(Alberta) Canada

Vice-président exécutif,
Marché de l'Ouest

Andrew Iacobucci
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif
Format - Magasins à grande surface

Martin Jamieson
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Marques Loblaw

Andrew MacIsaac
(Nouvelle-Écosse) Canada

Vice-président exécutif,
Marché de l'Atlantique

Jane Marshall
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Services immobiliers

Peter McMahon
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Chaîne d'approvisionnement

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>
Frank Rocchetti (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Marchandise générale
Pietro Satriano (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Secteur alimentaire
Michael Venton (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Format – Magasins conventionnels
Robert A. Balcom (Ontario) Canada	Vice-président principal, Secrétaire et chef du contentieux
Catherine Booth (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, Services informatiques
Sarah Burcher (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, Opérations financières
Roy R. Conliffe, (Ontario) Canada	Vice-président principal, Relations du travail
Manny DiFilippo (Ontario) Canada	Vice-président principal, Gestion des risques et initiatives stratégiques
Karen Hanna (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, Ressources humaines
J. Bradley Holland (Ontario) Canada	Vice-président principal, Fiscalité
Michael Lovsin (Ontario) Canada	Vice-président principal, Produits de pharmacie et de beauté-santé
Rob Moore (Ontario) Canada	Vice-président principal, Communications
Lucy J. Paglione (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, Retraite et avantages sociaux
Timothy J. Scott (Ontario) Canada	Vice-président principal, Vérification interne et conformité aux contrôles internes
Geoffrey H. Wilson (Ontario) Canada	Vice-président principal, Services partagés

Tous les administrateurs et cadres supérieurs susdits occupent depuis les cinq dernières années leur poste actuel ou d'autres postes auprès de la même société ou organisme ou auprès de sociétés ou organismes associés, à l'exception de : Mme Catherine Booth qui était vice-présidente, Technologie de l'information (détail) de la Société Canadian Tire Limitée et auparavant vice-présidente, Capgemini Canada; M. Roland

Boudreau qui était vice-président principal, Opérations au détail chez A&P et auparavant vice-président principal, Opérations auprès de Wal-Mart Canada; Mme Sarah Burcher qui était vice-présidente et contrôleuse de Rogers Communication Inc. et qui a auparavant occupé diverses fonctions au sein de la fonction finances de BCE Inc.; M. Barry K. Columb qui était président de CitiCards Canada; M. Gordon A.M. Currie qui était vice-président principal et chef du service juridique de Direct Energy Marketing Limited et auparavant associé dans le cabinet d'avocats Blake, Cassels & Graydon s.r.l.; M. Mark Foote qui était président de Groupe détail de Canadian Tire; Mme Karen Hanna qui était vice-présidente principale, relations humaines de Torstar; M. Andrew Iacobucci qui était directeur de clientèle à l'international de Monitor Group; M. Michael Lovsin qui était vice-président marchandisage cosmétiques et fragrances auprès d'Ulta Salons et auparavant était vice-président gestion de catégories auprès de Shoppers Drug Mart Corporation; M. Peter McMahon qui était cadre dirigeant de Wal-Mart Europe; M. Rob Moore qui était vice-président, Communications d'entreprise, Compagnie de la Baie d'Hudson; M. Dalton Philips qui était chef de la direction de Brown, Thomas et auparavant chef de l'exploitation de la division internationale de Wal-Mart; M. Frank Rocchetti qui était vice-président principal, Chef de la mise en marché chez Sears Canada; M. Timothy J. Scott qui a occupé divers postes chez Les Aliments Maple Leaf Inc. incluant ceux de vice-président, Finance d'Aliments Maple Leaf Global et auparavant de vice-président, Vérification interne d'Aliments Maple Leaf Inc. et de Pain Canada Compagnie Limitée; M. William Wells qui était chef de la direction financière auprès de Bunge Limited et a détenu auparavant des postes de cadre supérieur en finances auprès de McDonald's Corporation; et M. John Wetmore qui était vice-président du Contact Centre Development d'IBM Americas et auparavant président et chef de la direction d'IBM Canada;

En décembre 1998, M. Lacey est devenu membre du conseil d'administration de The Loewen Group Inc. et il occupait le poste de président du conseil lorsqu'une requête visant une mise à l'abri des créanciers aux termes du chapitre 11 du U.S. Bankruptcy Code et de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies a été déposée en juin 1999. La société The Loewen Group Inc. s'est libérée des procédures aux termes du chapitre 11 et de la loi en novembre 2006.

En mars 2006, M. Lacey est devenu membre du conseil d'administration de Stelco Inc., à titre de représentant de Tricap Management Limited. Stelco a déposé une requête visant une mise à l'abri des créanciers aux termes de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies en janvier 2004 puis s'est libérée des procédures le 31 mars 2006 auquel moment M. Lacey a quitté son poste au sein du conseil.

M. Leighton était membre du conseil d'administration du Leeds United, PLC lorsque cette société a fait l'objet de procédures de faillite.

John Wetmore, administrateur de Research in Motion Limited (« RIM »), a été assujéti à une interdiction d'opérations par la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario le 7 novembre 2006 étant donné que RIM n'avait pas déposé ses états financiers du deuxième trimestre de l'exercice 2007 avant la date d'échéance prévue par la loi. L'ordre a été levé le 23 mai 2007 après que RIM eut déposé tous les documents exigés aux termes de la loi sur les valeurs mobilières de l'Ontario.

ACTIONS EN JUSTICE

La société, dans le cours de ses activités, est nommée partie défenderesse dans des poursuites judiciaires ou peut entamer des poursuites judiciaires contre des tiers. Il y a actuellement une poursuite d'importance dans laquelle la société est nommée partie défenderesse. Ladite poursuite est décrite ci-dessous.

Durant le premier trimestre de 2007, la société était l'une des 17 parties défenderesses ayant reçu signification d'une poursuite intentée devant la Cour supérieure de l'Ontario par certains bénéficiaires d'un régime de retraite multipatronal auquel des employés de la société et de ses franchisés indépendants

participaient. Dans leur poursuite contre les employeurs et fiduciaires du régime, les parties demanderesse allèguent dans leur déclaration que les actifs du régime ont été mal gérés et exigent notamment un dédommagement de 1 milliard \$. L'action est conçue de façon à représenter tous les bénéficiaires du régime de retraite multipatronal. La société a reçu un avis de l'avocat des demandeurs indiquant qu'il a reçu instruction de ses clients de mettre fin à la poursuite contre les employeurs, dont la société. La poursuite contre les fiduciaires est maintenue et l'un des fiduciaires, qui est aussi un administrateur de la société, pourrait avoir droit à un dédommagement de la part de la société.

CONTRATS IMPORTANTS

La société a conclu une entente avec George Weston limitée (« Weston ») sa société mère et son actionnaire majoritaire, en vue de la prestation de certains services administratifs par chaque société pour le compte de l'autre. Les services en question comprennent ceux qui sont liés à la gestion des marchandises, les prestations de retraite et les avantages sociaux, les impôts, les soins médicaux, les déplacements, les systèmes d'information, la gestion du risque, la trésorerie et les questions d'ordre juridique. Les paiements sont versés trimestriellement en fonction des coûts réels engagés pour offrir ces services. Si les services sont offerts conjointement pour la société et Weston, chaque partie paie la quote-part appropriée desdits coûts. Les paiements nets aux termes de cette entente s'élevaient à 9 millions \$ en 2007. Les honoraires versés aux termes de cette entente sont révisés chaque année par le comité de vérification.

OPÉRATIONS ENTRE PERSONNES APPARENTÉES

L'actionnaire majoritaire de la société, George Weston limitée, et les sociétés du même groupe sont des personnes apparentées. La politique de la société consiste à mener toutes les opérations avec les personnes apparentées et à acquitter tous les soldes dus à celles-ci selon les conditions du marché.

Les opérations entre personnes apparentées de la société et Weston incluent : achats de stocks, ententes de partage de coûts, ententes de services administratifs mentionnées ci-dessus, affaires immobilières, emprunts et prêts, affaires fiscales et ententes de gestion. De plus amples renseignements sur les opérations entre personnes apparentées se trouvent dans le rapport de gestion. Ces renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi.

AGENTS DES TRANSFERTS ET AGENT COMPTABLE DES REGISTRES

Services aux Investisseurs Computershare Inc. est l'agent des transferts et l'agent-comptable des registres de la société. Ses bureaux sont situés à Toronto, Canada.

EXPERTS

KPMG s.r.l./s.e.n.c.r.l. est le vérificateur de la société et produit le Rapport des vérificateurs aux actionnaires portant sur les états financiers consolidés annuels vérifiés de la société. KPMG s.r.l./s.e.n.c.r.l. est indépendant de la société au sens des « Rules of Professional Conduct du Institute of Chartered Accountants of Ontario ».

RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION

La charte du comité de vérification, telle qu'approuvée par le conseil d'administration de la société le 6 mars 2008, est incluse à l'Annexe A. Les membres du comité de vérification sont mentionnés ci-dessous. Tous les membres du comité de vérification sont indépendants et ont des compétences financières (au sens attribué à l'expression dans le Règlement 52-110 des Autorités canadiennes en valeurs mobilières) et

leurs antécédents professionnels et en matière de formation en rapport à leur rôle à titre de membre du comité de vérification se présentent comme suit :

M. Beeston est un F.C.A. et était auparavant président et chef de la direction de la Major League Baseball. Il détient un diplôme B.A. de la University of Western Ontario.

M. O'Neill est un F.C.A. Il était auparavant chef de la direction de PricewaterhouseCoopers Consulting, chef de l'exploitation de PricewaterhouseCoopers LLP, Global et chef de la direction de PricewaterhouseCoopers LLP, Canada. M. O'Neill détient un diplôme B. Comm. de l'Université Queen's.

M. Wetmore était auparavant président, chef de la direction et chef de la direction financière d'IBM Canada. Il a également occupé des postes de cadre supérieur en finances auprès d'IBM Americas. M. Wetmore détient un baccalauréat en mathématiques de l'Université de Waterloo et a aussi suivi avec succès l'Advanced Executive Program de la Kellogg School de l'Université Northwestern.

M. Lacey occupe le poste de président du conseil consultatif du Tricap Restructuring Fund et il a auparavant agi comme président et chef de la direction de The Oshawa Group (faisant actuellement partie de Sobeys Inc.). Il a étudié à la Harvard Graduate School Business of Administration.

HONORAIRES DE VÉRIFICATION EXTERNE

L'ensemble des honoraires de KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L. pour services professionnels nécessaires à la vérification et à la préparation des états financiers de la société et pour autres services rendus au cours des exercices 2007 et 2006 se répartit comme suit :

	2007 Réel (en milliers \$)	2006 Réel (en milliers \$)
Honoraires de vérification ⁽¹⁾	2 341	1 977
Honoraires pour services afférents à la vérification ⁽²⁾	1 462	847
Honoraires pour services-conseils en fiscalité ⁽³⁾	-	102
Tous les autres honoraires ⁽⁴⁾	5	217
Total des honoraires	3 808	3 143

- (1) Les honoraires de vérification incluent les honoraires pour services rendus à l'occasion de la vérification des états financiers consolidés de la société.
- (2) Les honoraires pour services afférents à la vérification incluent la certification et les services afférents qui sont effectués par le vérificateur de la société. Ces services incluent l'examen des résultats trimestriels communiqués aux actionnaires, à la vérification des régimes de retraite, aux lettres d'accord présumé et à l'interprétation des normes en matière de déclarations comptables et financières.
- (3) Les honoraires pour services-conseils en fiscalité incluent les honoraires pour la fourniture d'aide relativement à des questions touchant la planification fiscale, y compris les taxes à la consommation.
- (4) Autres honoraires pour services liés à la gestion des risques, aux contrôles internes/à la conformité, à l'observation des lois et/ou règlements.

La charte exposant le mandat du comité de vérification prévoit que tout service autre que de vérification rendu par le vérificateur doit être approuvé au préalable par le comité de vérification. Le comité de vérification peut déléguer à un ou plusieurs de ses membres, le pouvoir d'approuver au préalable tout service autre que de vérification devant être rendu par le vérificateur, dans la mesure permise par la loi.

RENSEIGNEMENTS ADDITIONNELS

1. Des renseignements supplémentaires, dont la rémunération et les prêts aux administrateurs et membres de la direction, les principaux porteurs de titres de la société, les titres dont l'émission est autorisée aux fins de régimes de rémunération à base d'actions, le cas échéant, figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations par la direction aux fins de l'assemblée annuelle qui se tiendra le 30 avril 2008. D'autres renseignements financiers sont aussi fournis dans les états financiers consolidés de la société et le rapport de gestion relatifs au dernier exercice complété.
2. Des informations supplémentaires ont été déposées auprès du Système électronique de données, d'analyse et de recherche (SEDAR) et peuvent être consultées en ligne au www.sedar.com et au bureau du surintendant des institutions financières (BSIF), organisme de réglementation principal de la Banque *le Choix du Président*, filiale de la société.

L'adresse Internet de la société est : www.loblaw.ca.

ANNEXE A

CHARTRE EXPOSANT LE MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION

de

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

1. RESPONSABILITÉS DU COMITÉ

Il incombe au Comité de vérification d'aider le Conseil d'administration de la société (le « Conseil ») dans son rôle de surveillance relatif :

- à l'intégrité des états financiers de la société;
- au respect par la société des exigences juridiques et réglementaires afférentes aux états financiers de la société;
- aux compétences, à l'indépendance et au rendement du vérificateur externe de la société (le « vérificateur »);
- au contrôle interne à l'égard de l'information financière ainsi qu'aux contrôles et procédures en matière de communication de l'information;
- au rendement de la fonction de vérification interne de la société; et
- d'accomplir les autres tâches prévues dans la présente charte ainsi que celles déléguées au Comité de vérification par le Conseil.

2. MEMBRES DU COMITÉ

Le Comité de vérification se compose d'au moins trois administrateurs nommés par le Conseil. Les membres du Comité de vérification sont choisis par le Conseil et recommandés par le Comité de la gouvernance, de la formation du personnel, des mises en candidature et nominations et de la rémunération de la société. Les critères de sélection des membres du Comité de vérification sont décrits ci-après, dans la mesure où ceux-ci sont imposés par la législation qui s'applique :

- chaque membre est un administrateur indépendant; et
- chaque membre a des compétences financières.

Aux fins de la présente charte, l'expression « indépendant » et l'expression « a ou possède des compétences financières » ont chacun le sens qui leur est respectivement attribué par le Règlement 52-110 sur le *comité de vérification*, ainsi que toute modification pouvant y être apportée.

3. PRÉSIDENT DU COMITÉ

Chaque année, le Conseil nomme un président du Comité de vérification parmi les membres. Advenant le cas où le Conseil ne nomme pas de président du Comité de vérification, le président en poste y demeure jusqu'à ce que son remplaçant soit nommé. Le Conseil adopte et approuve de temps à autre une description de poste pour le poste de président du comité qui précise son rôle et ses responsabilités.

4. DURÉE DU MANDAT DE CHAQUE MEMBRE

Chaque membre exerce ses fonctions jusqu'à ce que son mandat de membre auprès du Comité de vérification soit terminé ou que le membre soit destitué.

5. QUORUM, DESTITUTION ET POSTES VACANTS

La présence de la majorité des membres du Comité de vérification est requise pour former quorum. Tout membre peut être destitué et remplacé en tout temps par le Conseil qui pourvoit aux postes vacants au sein du Comité de vérification en y nommant des personnes choisies parmi les membres du Conseil. Si un poste est vacant au sein du Comité de vérification, ses membres en exercice peuvent exercer tous les pouvoirs du Comité de vérification à la condition d'atteindre le quorum requis.

6. RESPONSABILITÉS SPÉCIFIQUES ET TÂCHES

Il incombe au Comité de vérification de s'acquitter des tâches précisées ci-dessous ainsi que de toute autre tâche que lui délègue spécifiquement le Conseil.

(a) Nomination et examen du vérificateur

Le vérificateur doit rendre des comptes, en définitive, au Comité de vérification à titre de représentants des actionnaires. Le Comité de vérification est directement responsable de la surveillance des travaux du vérificateur. En conséquence, le Comité de vérification doit évaluer la relation existant entre la société et le vérificateur et demeure responsable de cette relation. Plus spécifiquement, le Comité de vérification doit :

- choisir, évaluer et nommer le vérificateur qui sera proposé aux actionnaires pour une nomination ou afin de reconduire un mandat, le cas échéant;
- examiner la lettre-contrat du vérificateur;

- au moins une fois l'an, obtenir et examiner un rapport du vérificateur décrivant :
 - les procédures internes du vérificateur en matière de contrôle de qualité de son travail; et
 - toute question importante soulevée par l'examen de contrôle de qualité interne le plus récent, l'examen par ses pairs, l'examen par toute entité indépendante de surveillance tel le Conseil canadien sur la reddition des comptes ou les autorités gouvernementales ou corporations professionnelles au cours des cinq années antérieures ayant trait à une ou plusieurs vérifications indépendantes effectuées par le vérificateur et les mesures prises pour corriger les problèmes soulevés au cours de ces examens.

(b) Confirmation de l'indépendance du vérificateur

Au moins une fois l'an, et avant que le vérificateur n'émette son rapport sur les états financiers annuels, le Comité de vérification doit :

- s'assurer que le vérificateur présente une déclaration écrite officielle délimitant toutes les relations existant entre le vérificateur et la société;
- discuter avec le vérificateur de tout service ou relation divulguée qui pourrait avoir une incidence sur l'indépendance et l'objectivité du vérificateur; et
- obtenir une déclaration écrite de la part du vérificateur confirmant son objectivité et indépendance conformément aux Règles de conduite professionnelle et au Code de déontologie adoptés par l'institut provincial ou l'Ordre des comptables agréés dont il est membre.

(c) Rotation de l'associé responsable de la mission/associés retenus

Le Comité de vérification doit, après avoir tenu compte de l'opinion de la direction, évaluer le rendement du vérificateur et de l'associé responsable de la mission/associés retenus et juger s'il est approprié ou non de procéder à la rotation de l'associé responsable de la mission/associés retenus.

(d) Approbation préalable des services non liés à la vérification

Le Comité de vérification doit approuver au préalable l'emploi des services du vérificateur pour tout service non lié à la vérification pourvu qu'aucune approbation ne soit donnée pour des services interdits en vertu des règles du Conseil canadien sur la reddition des comptes ou des normes d'indépendance de l'Institut Canadien des Comptables Agréés. Avant de retenir les services du vérificateur pour tout service non lié à la vérification, le Comité de vérification doit s'assurer de la compatibilité de ce service avec le maintien de l'indépendance du vérificateur. Le Comité de vérification peut approuver au préalable l'emploi des services du vérificateur pour des services non liés à la vérification en adoptant

des politiques et procédures devant être suivies avant que le vérificateur ne soit retenu pour fournir de tels services non liés à la vérification. De plus, le Comité de vérification peut déléguer à un ou à plusieurs de ses membres le pouvoir d'approuver au préalable le recours au vérificateur pour tout service non lié à la vérification dans la mesure permise par la législation qui s'applique.

(e) Communications avec le vérificateur

Le Comité de vérification tient des réunions privées distinctes avec le vérificateur autant de fois que le Comité de vérification le juge approprié afin de s'acquitter de ses responsabilités (au moins une fois par trimestre) pour discuter de toute question qui le préoccupe ou qui préoccupe le vérificateur comme ce qui suit :

- les sujets qui feront l'objet de la lettre du vérificateur à la direction;
- si le vérificateur est satisfait ou non de la qualité et de l'efficacité des mécanismes et procédures d'enregistrement des données financières; et
- dans quelle mesure, le vérificateur est satisfait de la nature et de l'étendue de ses travaux de vérification.

(f) Révision du programme de vérification

Le Comité de vérification doit réviser d'avance le sommaire du programme de vérification établi par le vérificateur pour chaque vérification.

(g) Révision des honoraires de vérification

Le Comité de vérification est directement responsable de l'approbation des honoraires du vérificateur. En approuvant les honoraires du vérificateur, le Comité de vérification tient compte, entre autres, de ce qui suit : du nombre et de la nature des rapports émis par les vérificateurs, de la qualité des contrôles internes, de la taille, de la complexité et de la situation financière de la société et de l'ampleur de la vérification interne et des autres services de soutien fournis par la société au vérificateur.

(h) Révision des états financiers annuels vérifiés

Le Comité de vérification revoit les états financiers annuels vérifiés ainsi que le rapport du vérificateur s'y rattachant avant de les recommander au Conseil pour approbation afin d'évaluer s'ils donnent ou non, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la société, des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie conformément aux PCGR. Le Comité de vérification examine également le rapport de gestion se rapportant aux états financiers annuels vérifiés.

Au cours de son examen, le Comité de vérification devrait :

- discuter avec la direction et le vérificateur des états financiers annuels vérifiés et du rapport de gestion;
- examiner la qualité et non seulement l'acceptabilité des principes comptables appliqués, le caractère raisonnable des jugements exercés par la direction ainsi que les estimations ayant une incidence considérable sur les états financiers et la clarté de la communication de l'information présentée dans les états financiers;
- discuter avec le vérificateur de son rapport faisant référence à :
 - toutes les conventions et pratiques comptables importantes devant être appliquées;
 - toute autre méthode de traiter l'information financière prévue dans les PCGR et qui a été discutée avec la direction de la société, les ramifications découlant de l'utilisation d'autres méthodes de traitement et de communication de l'information et la méthode de traitement préconisée par les vérificateurs; et
 - toute autre correspondance importante entre le vérificateur et la direction de la société, notamment toute lettre de la direction ou liste des écarts non régularisés;
- discuter de toute analyse préparée par la direction et par le vérificateur faisant état de questions importantes se rapportant à la communication de l'information financière et les jugements exercés au cours de la préparation des états financiers, y compris les analyses de l'incidence de l'application d'autres méthodes prévues dans les PCGR;
- discuter de l'incidence d'éléments hors bilan, d'ententes, d'obligations (y compris des éléments de passif éventuels) et de tout autre relation avec des entités non consolidées ou avec d'autres personnes pouvant avoir une incidence importante immédiate ou future sur la situation financière de la société, changements à la situation financière, résultats d'exploitation, financement, dépenses en immobilisation, ressources en capital ou éléments importants des revenus et dépenses;
- prendre connaissance de toute modification aux conventions et pratiques comptables et de leur incidence sur les états financiers de la société;
- discuter avec la direction et le vérificateur et, s'il y a lieu, avec les conseillers juridiques, de tout litige, de toute réclamation ou autre éventualité, y compris tout avis d'imposition pouvant avoir une incidence importante sur la situation financière de la société et la manière dont ces faits ont été relatés dans les états financiers;
- discuter avec la direction et le vérificateur de la correspondance avec les organismes de réglementation ou les organismes gouvernementaux, de plaintes formulées par les employés ou de rapports publiés qui soulèvent des questions importantes relativement aux états financiers ou aux conventions comptables;

- discuter avec le vérificateur de toute mesure spécifique de vérification appliquée pour contrer toute faiblesse importante, le cas échéant, au niveau du contrôle interne;
- discuter avec le vérificateur de toute difficulté survenue au cours du travail de vérification, y compris toute restriction imposée quant à l'ampleur de leurs procédures ou de l'accès à l'information demandée, des ajustements comptables proposés par le vérificateur n'ayant pas été appliqués (parce qu'ils étaient peu importants ou autre) ou d'importants désaccords avec la direction;
- prendre connaissance de tout autre fait qui, selon son jugement, devrait entrer en ligne de compte lors de la préparation de sa recommandation au Conseil en ce qui a trait à l'approbation des états financiers;
- s'assurer que les conventions et pratiques comptables appropriées ont été choisies et appliquées de la même manière pour toute la période; et
- s'assurer que la direction a mis en place des procédures appropriées afin de respecter la législation qui s'applique quant aux versements des impôts, des prestations de retraite et de la rémunération aux employés.

(i) Révision des états financiers intermédiaires

Le Comité de vérification retient également les services du vérificateur pour réviser les états financiers intermédiaires avant que ceux-ci ne soient examinés par le Comité de vérification. Le Comité de vérification devrait discuter avec la direction et le vérificateur des états financiers intermédiaires et du rapport de gestion afférent et, si le comité est satisfait que les états financiers intermédiaires donnent, à tous égards importants, une image fidèle de la situation financière, des résultats d'exploitation et des flux de trésorerie, conformément aux PCGR, le Comité de vérification approuve les états financiers intermédiaires et révisé le rapport de gestion afférent pour le compte du Conseil.

(j) Autre information financière

Le Comité de vérification examine toute diffusion de l'information se rapportant aux bénéfices ainsi que la nature de toute information financière et indication sur les bénéfices fournis aux analystes et agences de notation financière conformément à la politique de la société en matière de communication de l'information. De plus, le Comité de vérification s'assure que des procédures adéquates sont en place pour que soit révisé tout renseignement diffusé au public comportant des informations extraites ou qui proviennent des états financiers de la société et doit évaluer à intervalles réguliers le caractère suffisant desdites procédures.

(k) Révision des prospectus et des autres documents réglementaires

Le Comité de vérification doit réviser tous les autres états financiers de la société pour lesquels l'approbation du Conseil est requise avant qu'ils ne soient rendus publics, y compris, sans toutefois s'y limiter, les états financiers à utiliser dans les prospectus ou autres

documents d'offres ou documents de nature publique et les états financiers exigés par les organismes de réglementation. Le Comité de vérification examine la notice annuelle de la société avant son dépôt.

(l) Opérations entre personnes apparentées

Le Comité de vérification examine toutes les opérations importantes entre personnes apparentées qui ne sont pas traitées par un « comité spécial » composé « d'administrateurs indépendants » conformément aux règles en matière de valeurs mobilières.

(m) Examen de la fonction de vérification interne

Le Comité de vérification examine également le mandat de la fonction de vérification interne, le budget, la planification des activités et la structure organisationnelle de la fonction de vérification interne pour s'assurer qu'elle est indépendante de la direction et qu'elle a les ressources suffisantes pour accomplir son mandat.

Les membres du Comité de vérification tiennent des réunions privées distinctes avec le cadre de direction chargé de la vérification interne aussi souvent que le Comité de vérification le juge approprié pour assurer l'accomplissement de ses responsabilités, et ce, au moins une fois par trimestre, pour discuter de toute question qui préoccupe le Comité de vérification ou le cadre de direction chargé de la vérification interne afin de confirmer que :

- tous les problèmes importants résolus ou à résoudre entre la direction et les vérificateurs ont été portés à son attention;
- les principaux risques des entreprises de la société ont été identifiés par la direction et des politiques et mécanismes appropriés ont été mis en œuvre pour gérer ces risques; et
- l'intégrité des systèmes de contrôle interne et d'information de gestion est adéquate.

(n) Relations avec la direction

Les membres du Comité de vérification tiennent des réunions privées distinctes avec la direction aussi souvent que ledit comité le juge approprié pour assurer l'accomplissement de ses responsabilités, et ce, au moins une fois par trimestre, pour discuter de tout sujet qui préoccupe le Comité de vérification ou la direction.

(o) Surveillance du contrôle interne à l'égard de l'information financière ainsi que des contrôles et procédures en matière de communication de l'information

Le Comité de vérification en collaboration avec la direction, examine le caractère adéquat du contrôle interne adopté par la société à l'égard de l'information financière.

Le Comité de vérification en collaboration avec la direction, examine l'efficacité des contrôles et procédures qui ont été adoptés pour assurer la communication de l'information

importante au sujet de la société et de ses filiales dont la communication est exigée en vertu de la législation qui s'applique ou des règles des bourses auxquelles les titres de la société sont inscrits ou cotés. Le Comité de vérification reçoit à intervalle régulier des rapports émis par le Comité de la communication de l'information de la société concernant le système de contrôles et de procédures de la société en matière de communication de l'information. Le Comité de vérification examine également au moins une fois l'an la Politique de la société en matière de communication de l'information.

(p) Respect des dispositions prévues par la législation

Le Comité de vérification, en collaboration avec le conseiller juridique, examine toute question juridique pouvant avoir une incidence importante sur les états financiers de la société. Le Comité de vérification, en collaboration avec le conseiller juridique, devrait examiner les demandes de renseignements importants émanant des organismes de réglementation et des organismes gouvernementaux. Le Comité de vérification, en collaboration avec un représentant du Comité d'éthique et de conduite dans les affaires, doit examiner toute question importante résultant d'une violation connue ou soupçonnée du Code de conduite de la société à l'égard de questions financières et de comptabilité et de toute préoccupation importante relativement à des questions douteuses touchant la comptabilité ou la vérification et portée à leur attention par l'intermédiaire de la Ligne réponses en matière d'éthique de la société ou d'une autre façon.

(q) Gestion des risques

Le Comité de vérification rencontre régulièrement la direction pour discuter des politiques de la société en matière d'évaluation et de gestion des risques.

(r) Questions fiscales

Le Comité de vérification examine la situation fiscale de la société.

(s) Politiques en matière de recrutement

Le Comité de vérification examine et approuve les politiques de la société en matière de recrutement d'associés ou d'employés professionnels du vérificateur externe actuel et antérieur de la société.

7. PROCÉDURE EN MATIÈRE DE PLAINTES

Le Comité de vérification contrôle l'efficacité des procédures de la société en vue de la réception, de la conservation et du suivi des plaintes reçues par la société concernant la comptabilité, les contrôles internes, les contrôles sur la communication de l'information ou les questions de vérification et en vue de la présentation par les employés de la société, en toute confidentialité et sous le couvert de l'anonymat, de leurs préoccupations relatives aux

questions comptables, au contrôle interne ou à la vérification. Le Comité examine avec la direction les rapports périodiques à ce sujet.

8. COMPTES RENDUS AU CONSEIL

Le Comité de vérification soumet des comptes rendus au Conseil sur :

- l'indépendance du vérificateur;
- le rendement du vérificateur et les recommandations du Comité de vérification quant à la poursuite ou non de son mandat;
- le rendement de la fonction de vérification interne;
- le caractère adéquat du contrôle interne de la société à l'égard de l'information financière, ainsi que des contrôles et procédures de communication de l'information;
- la révision par le Comité de vérification des états financiers annuels et intermédiaires de la société et tout rapprochement aux PCGR, y compris toute question se rapportant à la qualité ou à l'intégrité des états financiers et recommande au Conseil s'il doit ou non approuver les états financiers et tout rapprochement aux PCGR;
- la révision par le Comité de vérification du rapport de gestion annuel et des rapports de gestion intermédiaires de la direction;
- la révision par le Comité de vérification de la notice annuelle;
- le respect par la société des questions juridiques et réglementaires dans la mesure où elles ont une incidence sur les états financiers de la société; et
- toutes les autres questions importantes traitées par le Comité de vérification.

9. RÉVISION ET COMMUNICATION DE L'INFORMATION

Le Comité de vérification devrait revoir la présente charte au moins une fois l'an et la soumettre à l'examen du Comité de la gouvernance, de la formation du personnel, des mises en candidature et nominations et de la rémunération avec les modifications que le Comité de vérification propose. La charte accompagnée d'une recommandation est ensuite présentée au Conseil pour approbation avec les modifications additionnelles, le cas échéant, proposées par le Comité de la gouvernance, de la formation du personnel, des mises en candidature et nominations et de la rémunération.

La présente Charte est affichée sur le site Web de la société.

10. FRÉQUENCE DES RÉUNIONS

Le Comité se réunit au moins cinq fois l'an.

11. RECOURS AUX SERVICES D'EXPERTS

Le Comité de vérification peut, aux frais de la société et sans l'autorisation du Conseil, employer les services d'experts juridiques, comptables ou autres qu'il juge nécessaires pour exercer ses fonctions.