

# **Loblaw<sup>MD</sup>**

---

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

## **NOTICE ANNUELLE 2008**

**Le 12 mars 2009**

# LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

## NOTICE ANNUELLE 2008

### TABLE DES MATIÈRES

<b>ÉNONCÉS PROSPECTIFS.....</b>	<b>3</b>
<b>STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ .....</b>	<b>4</b>
Constitution en société.....	4
Relations intersociétés .....	4
<b>APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ .....</b>	<b>5</b>
Plan de redressement sur plusieurs années .....	5
Chaîne d'approvisionnement .....	6
Emploi et relations de travail .....	7
Performance financière.....	8
Produits et services .....	8
Programme de marques contrôlées.....	8
Services financiers.....	9
<b>DESCRIPTION DES ACTIVITÉS.....</b>	<b>10</b>
Activités de la société .....	10
Divisions géographiques et bannières .....	11
Situation concurrentielle .....	13
Clients .....	13
Produits et services .....	13
Propriété intellectuelle .....	15
Technologie de l'information .....	15
Chaîne d'approvisionnement .....	16
Caractère saisonnier des activités de la société.....	17
Activités à l'étranger .....	17
Salariés .....	17
Contrôle de crédit .....	17
Environnement et santé et sécurité au travail.....	18
Responsabilité sociale.....	18
Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage.....	19
Protection de la vie privée et éthique .....	19
Risques et gestion des risques.....	20
<b>STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION</b>	
<b>DES TITRES.....</b>	<b>20</b>
Capital-actions.....	20

Volume et cours des actions .....	21
Cote de solvabilité .....	22
<b>DIVIDENDES.....</b>	<b>24</b>
<b>ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION .....</b>	<b>25</b>
<b>ACTIONS EN JUSTICE.....</b>	<b>28</b>
<b>CONTRATS IMPORTANTS .....</b>	<b>29</b>
<b>AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES.....</b>	<b>29</b>
<b>EXPERTS .....</b>	<b>29</b>
<b>COMITÉ DE VÉRIFICATION.....</b>	<b>29</b>
<b>HONORAIRES DE VÉRIFICATION EXTERNE.....</b>	<b>30</b>
<b>INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES .....</b>	<b>30</b>
<b>ANNEXE A – CHARTE EXPOSANT LE MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION</b>	

## ÉNONCÉS PROSPECTIFS

La présente notice annuelle de Les Compagnies Loblaw limitée contient des énoncés prospectifs portant sur les objectifs, les plans, les buts, les aspirations, les stratégies, la situation financière, les résultats d'exploitation, les flux de trésorerie, la performance, les perspectives et les occasions d'affaires de la société. Des termes comme « anticiper », « s'attendre à », « être d'avis que », « prévoir », « estimer », « viser », « avoir l'intention de », « compter », « planifier », « s'efforcer de » et autres expressions semblables, conjugués au présent, au conditionnel ou au futur, dans la mesure où ils se rapportent à la société et à son équipe de direction constituent des énoncés prospectifs. Ces énoncés prospectifs ne traduisent pas des faits avérés, mais plutôt les attentes actuelles de la société au sujet de ses résultats futurs et des événements à venir.

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, notamment la possibilité que les plans de la société ne se concrétisent pas et que ses objectifs ne se réalisent pas. Ces risques et incertitudes comprennent, sans toutefois s'y limiter, la fluctuation de la conjoncture économique; des changements dans les dépenses et les préférences des consommateurs; une intensification de la concurrence exercée par de nouveaux concurrents ou par des concurrents actuels; des changements dans les 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 de la société; l'incapacité d'augmenter le chiffre d'affaires et de réaliser les économies de coûts ou les efficacités opérationnelles prévues dans le cadre des principales initiatives de la société, y compris les investissements dans les systèmes de technologie de l'information, les investissements dans la chaîne d'approvisionnement et autres initiatives de compression et de rationalisation des coûts; l'augmentation des coûts liés aux services publics, notamment à ceux de l'électricité et du carburant; 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 d'atténuer l'incidence des problèmes liés aux stocks désuets ou excédentaires et de contrôler les pertes; l'incapacité de mettre en œuvre avec succès et dans de courts délais les principales initiatives de la société; y compris ses stratégies et la mise en marché de produits novateurs et reformulés; les résultats imprévus liés aux initiatives stratégiques de la société, y compris 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 salariés, particulièrement durant les périodes de changement au sein des activités de la société; l'incapacité d'obtenir les résultats souhaités durant les négociations collectives, y compris les modalités des conventions collectives futures, ce qui pourrait entraîner des arrêts de travail; les modifications du cadre réglementaire dans lequel la société exerce ses activités; l'adoption de nouvelles normes comptables et des modifications des estimations comptables utilisées par la société, y compris au titre des évaluations des stocks; la fluctuation du bénéfice de la société résultant des fluctuations de la valeur de la rémunération à base d'actions et des contrats à terme liés à ses actions ordinaires; des modifications des obligations fiscales de la société résultant de la modification 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; la variation des taux de change et d'intérêt; l'incapacité de la société à obtenir du financement externe; l'incapacité de la société à recouvrer ses créances sur cartes de crédit; toute cotisation que la société pourrait être tenue de verser à ses régimes de retraite agréés à prestations déterminées par capitalisation en sus des cotisations qu'elle envisage de verser à l'heure actuelle; l'incapacité de la société à attirer et à 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, y compris la section portant sur les risques et la gestion des risques du rapport de gestion inclus dans le

rapport annuel 2008 de la société. Ces énoncés prospectifs reflètent les hypothèses actuelles de la direction à l'égard de ces risques et incertitudes et leur incidence respective sur la société.

En outre, d'autres risques et incertitudes que la société ignore actuellement ou qu'elle juge présentement sans importance pourraient 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 indûment à ces énoncés prospectifs, qui traduisent les attentes de la société uniquement à la date de la présente notice annuelle. La société n'a ni l'intention ni l'obligation de mettre à jour ou de réviser les présents énoncés prospectifs que ce soit à la lumière de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement, sauf dans la mesure où la loi l'exige.

Sauf indication contraire, les renseignements figurant dans la présente notice annuelle sont à jour au 12 mars 2009. Tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.

## STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

### Constitution en société

Les Compagnies Loblaw limitée a été constituée le 18 janvier 1956, bien que certaines de ses activités soient antérieures à 1900. La société a été prorogée en vertu de la *Loi sur les sociétés commerciales canadiennes* en vertu d'un certificat de prorogation daté du 7 mai 1980. Le siège social de la société est situé au 22, av. St. Clair Est, Toronto (Ontario) Canada M4T 2S7. Le siège social national et centre de service aux magasins de la société est situé au 1, President's Choice Circle, Brampton (Ontario) L6Y 5S5.

### Relations intersociétés

Les Compagnies Loblaw limitée est une société de portefeuille qui exerce ses activités par l'entremise de ses filiales. Le tableau qui suit dresse la liste des filiales de la société qui exercent les principales activités de la société. La société détient directement ou indirectement 100 % des titres avec et sans droit de vote de toutes ces filiales. Dans la présente notice annuelle, Les Compagnies Loblaw limitée et ses filiales sont collectivement désignées par « 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
Proviso Distribution Inc.	Québec
Propriétés Proviso limitée	Canada
Proviso Québec Inc.	Québec
Westfair Foods Ltd.	Ontario
Zehrmart Inc.	Ontario

## APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Les trois dernières années, sous le signe de l'évolution, ont vu Loblaw poursuivre sa transformation en une société véritablement concurrentielle à long terme.

### Plan de redressement sur plusieurs années

La société en est à la troisième année d'un plan de redressement d'une durée de trois à cinq ans. En 2006, la société a connu un changement radical au sein de sa haute direction, changement à la suite duquel l'équipe de direction a entrepris un examen des activités de la société mettant l'accent sur les facteurs clés sous-tendant les activités de la société, comme la présentation d'aliments frais, la maximisation de l'engagement des salariés, le rendement des éléments fondamentaux du commerce de détail et la satisfaction de la clientèle.

La nouvelle équipe de direction a par la suite mis en œuvre une initiative visant à repositionner Loblaw au premier rang des détaillants, en s'appuyant sur les trois principes – simplifier, innover et croître – et sur un plan stratégique de croissance axé sur les stratégies clés suivantes : « Meilleur format », « La fraîcheur avant tout », « L'avantage des marques contrôlées », « Joe 10 % », « La santé, le foyer et de saines habitudes de vie », « À juste prix », « Toujours disponibles » et « Des collègues engagés qui ont à cœur de servir ».

Le Projet Simplifier, mis en œuvre en 2007, visait à rationaliser les activités de la société 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 d'environ 900 salariés au cours 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 simplification des tâches, sur la stabilité et sur l'amélioration de l'exécution dans les magasins, les centres de distribution et les centres de services aux magasins.

La société a entrepris de revenir à ses principes de base dans le cadre de sa stratégie visant à être de nouveau reconnue comme l'un des meilleurs détaillants au monde, stratégie consistant principalement à se doter d'une chaîne d'approvisionnement de renommée mondiale, à assurer la disponibilité des produits en magasin, à réduire les pertes et à améliorer la productivité des magasins. La société a également adopté une stratégie ayant pour objectif d'abaisser les prix de détail afin d'offrir une excellente valeur aux clients et de s'assurer qu'ils reconnaissent les avantages que représentent ces réductions de prix sur des produits de première nécessité. L'exercice 2007 a été marqué par des réductions ciblées des prix dans de nombreuses régions du pays. La société maintient son engagement à ajuster les prix en vue d'offrir de la valeur à ses clients et à demeurer concurrentielle.

En 2008, la société a poursuivi ces initiatives fondamentales et elle a été en mesure de tirer pleinement parti de son envergure nationale afin de réaliser des progrès en matière de réduction des coûts et d'efficience opérationnelle. Bien qu'elle doive encore composer avec des processus complexes et des systèmes informatiques désuets, la société a néanmoins réussi à améliorer le rendement des magasins dans des domaines comme la productivité de la main-d'œuvre et la réduction des pertes, tout en continuant à mettre l'accent sur l'établissement des prix, le renouvellement de ses produits alimentaires et la rationalisation de ses assortiments d'articles de marchandise générale, ainsi que l'amélioration de la perception quant aux prix et ce, en s'assurant que les fonctions de soutien sont à la hauteur de ses

exigences dans les secteurs les plus essentiels. Elle a également amorcé 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.

La société a par ailleurs accompli des progrès notables dans tous les aspects de son plan en cinq points visant à accroître et à rentabiliser les ventes et comprenant le programme de renouveau des magasins conventionnels « Le Meilleur du marché », lancé en Ontario, la rénovation des établissements dans l'Ouest canadien, la commercialisation de produits locaux, l'amélioration de ses infrastructures de base et davantage d'innovation au chapitre des marques privées.

En 2008, plusieurs changements clés ont été apportés au sein de la direction de la société, dont la nomination d'un nouveau président, d'un nouveau chef de la mise en marché et d'un nouveau chef de la direction financière. La société a en outre simplifié sa structure hiérarchique tout en précisant davantage les rôles et responsabilités de chacun.

En 2009, la société poursuivra ses efforts en vue de simplifier et de mieux cibler les activités de la société, de régler les problèmes fondamentaux qui revêtent une grande importance pour les clients, de ramener l'innovation au cœur de sa culture d'entreprise dans l'alimentation et dans l'ensemble de ses marques contrôlées et de croître grâce à son plan stratégique de croissance, tout en assurant une gestion prudente de sa trésorerie dans un contexte économique marqué par l'incertitude.

À terme, ces changements devraient profiter à la société en lui assurant une plus grande souplesse et en lui permettant de se recentrer sur sa clientèle, mais leur succès reste tributaire de la mise en œuvre efficace de ces changements par la direction et de la concrétisation des avantages escomptés. Une gestion inefficace du changement pourrait avoir des conséquences néfastes sur les activités de la société 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 salariés à adopter un comportement incompatible avec les objectifs de la société. Tous ces facteurs pourraient avoir une incidence négative sur le rendement de la société. La société pourrait ne pas toujours réaliser les économies ou autres avantages prévus au titre de ses initiatives.

### **Chaîne d'approvisionnement**

En 2005 et tout au long de 2006, la société a entrepris une importante restructuration de sa chaîne d'approvisionnement afin de mettre en place un système logistique à l'échelle nationale. Des difficultés sont survenues lors de la conversion des systèmes, ce qui a eu un effet négatif sur l'approvisionnement des magasins en articles de pharmacie et en articles 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 articles de marchandise générale et certains articles de pharmacie, principalement des articles de soins de santé et des produits 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 pour l'améliorer, initiative qui comportait la mise à niveau matérielle du réseau de distribution, l'augmentation de la capacité, la mise en place 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.

En 2008, la société a ouvert quatre nouveaux centres de distribution et a reconfiguré des centres de distribution existants, et la disponibilité et les niveaux de service se sont améliorés de façon constante. En 2009, la société a l'intention de mettre l'accent sur le contrôle des coûts afférents à son système de

distribution, sur l'accroissement de la productivité de sa main-d'œuvre et sur la poursuite de la mise à niveau matérielle du réseau de son centre de distribution et de ses systèmes de transport.

Même si ces initiatives devaient permettre d'améliorer le service dans les magasins de la société, l'ampleur des changements envisagés et la mise en œuvre de nouveaux processus pourraient perturber les flux normaux de marchandises vers les magasins et ainsi nuire au chiffre des ventes.

### **Emploi et relations de travail**

Comme ses salariés sont en majeure partie syndiqués, la société ne bénéficie pas de la même souplesse que ses concurrents en termes de contrôle des coûts et de capacité de réaction. 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 que la société devienne concurrentielle à long terme.

Au cours des trois dernières années, 207 conventions collectives ont été négociées avec succès, y compris 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 2008, 75 conventions étant arrivées à échéance et 75 autres ayant été négociées avec succès, portant à la fois sur les conventions échues en 2008, celles qui ont été prorogées et celles qui ont fait l'objet de négociations hâtives. En 2008, les négociations collectives ont été difficiles, et des grèves ont été déclenchées dans 14 magasins en Colombie-Britannique et dans 13 autres au Québec. Des accords sont survenus à l'égard de la majorité des magasins visés par des grèves, et ces grèves sont désormais terminées. En 2009, 60 conventions collectives représentant environ 19 000 salariés, dont la plus importante représente à elle seule environ 8 500 salariés, viendront à échéance. La société poursuivra également les négociations portant sur 49 conventions collectives reportées depuis 2006, 2007 et 2008.

La société entretient de bonnes relations avec ses salariés et leurs syndicats. La société ne prévoit pas que des difficultés inhabituelles surviendront dans le cadre la renégociation des conventions collectives, bien que cela demeure possible. La renégociation des conventions collectives pourrait entraîner des arrêts ou des ralentissements de travail qui, selon leur nature ou leur durée, pourraient nuire aux résultats financiers de la société. La société est disposée à prendre en charge les coûts à court terme de toute interruption de travail en vue de négocier des coûts de main-d'œuvre et des conditions d'exploitation concurrentiels à plus long terme.

En 2008, le service des Ressources humaines de la société a franchi d'importantes étapes en matière de perfectionnement du personnel, de planification de la relève et de mise en place de programmes de sécurité, tout en élaborant des programmes nationaux de recrutement et de maintien en poste du personnel dans le but de répondre aux besoins de l'entreprise. Le service des Ressources humaines a lancé un programme de remise à l'intention des salariés, a normalisé les processus de transformation majeure des activités et a centralisé les activités de recrutement. En outre, la société a ouvert le dialogue avec ses salariés en sollicitant, deux fois l'an, l'avis de plus de 100 000 de ses salariés par le truchement de son tout nouveau sondage « Dire les choses comme elles sont ». Le service des Ressources humaines publie les résultats et, en collaboration avec les dirigeants de l'entreprise, élabore des plans d'action afin d'améliorer le sentiment d'appartenance des salariés.

En 2009, le service des Ressources humaines de la société poursuivra ses activités en s'appuyant sur des programmes visant à faire de Loblaw « un milieu de travail formidable », y compris le lancement d'un programme d'orientation à l'échelle nationale et d'un programme de témoignage de la reconnaissance.



En raison des coûts élevés liés au roulement de l'effectif, la société misera sur l'élaboration de programmes clés qui favoriseront le maintien en poste du personnel, ce qui améliorera ainsi la capacité de Loblaw à mettre en œuvre ses stratégies, à fonctionner de manière efficace et à atteindre ses objectifs de performance financière.

Le taux d'inefficacité de la société au titre du perfectionnement de ses salariés (en particulier ses cadres supérieurs) et de la mise en place de processus adéquats de planification de la relève et de stratégies de maintien en poste du personnel pourrait entraîner un déficit des connaissances, des compétences et de l'expérience fondamentales, 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 miser sur le perfectionnement des salariés à tous les échelons et dans toutes les régions. Le perfectionnement des salariés et la planification de la relève se doivent d'être efficaces pour assurer la croissance et le succès de la société. Toutefois, des progrès restent à faire.

### **Performance financière**

De plus amples informations sur la performance financière de la société se trouvent dans le rapport de gestion du rapport annuel 2008 de la société. Ces informations sont intégrées par renvoi aux présentes et peuvent être consultées en ligne à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

### **Produits et services**

La société est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et l'un des plus importants prestataires de services de pharmacie et fournisseurs d'articles de marchandise générale et de services et produits financiers. L'alimentaire demeure le centre névralgique des activités de la société. 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.

Des stratégies de mise en marché ont été conçues pour chacun des formats de magasins, s'appuyant sur les préférences des clients, divers facteurs concurrentiels et les occasions présentées par le marché. En 2008, des programmes ont été mis en place au sein des trois principaux formats de magasins. Dans la région du Grand Toronto, le programme « Le Meilleur du marché » visant les magasins exploités sous la bannière *Great Food* a permis à ces derniers de modifier leurs gammes de produits, notamment en ce qui a trait à la viande, aux fruits de mer et aux fruits et légumes, ainsi que d'améliorer l'attitude des salariés face à l'engagement et au service. Onze magasins à grande surface ont été rénovés en 2008 afin d'optimiser l'aménagement et d'améliorer l'expérience d'achat des clients. La société a ouvert 12 magasins *no frills* dans l'Ouest du Canada. De telles activités se poursuivront en 2009.

La société continue de viser avant tout à simplifier et à optimiser ses assortiments, à obtenir du crédit pour la valeur en réduisant les prix de manière ciblée et en s'assurant que son offre d'articles de marchandise générale complète bien 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 de ses magasins et de magasins franchisés, la société offre des postes d'essence, de services de laboratoire photographique, 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 dans celui des articles ménagers courants, ce qui contribue à assurer des prix concurrentiels et à fidéliser la clientèle. Depuis trois ans, la société ne cesse d'ajouter des produits à son programme de marques contrôlées dans les domaines de l'alimentation, des articles de soins de santé et des produits de beauté, des vêtements et des articles de marchandise générale. En vue d'appuyer le

lancement de ces produits, la société a publié, en 2008, 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*. Elle a également publié un journal *Trouvailles PC Maison* proposant plus de 61 produits pour la maison, y compris des articles de cuisine, de literie, de salle de bain et de décoration intérieure.

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 200 de 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 plus de 300 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 partout au Canada. La société a appuyé le lancement en aménageant un espace *Joe Style frais* doté d'allées plus larges et d'une caisse et de cabines d'essayage centrales. De nouveaux agencements décoratifs ainsi qu'une nouvelle signalisation ont été adoptés. En 2007, la société a poursuivi l'expansion de sa collection *Joe Style frais* et a mis sur le marché une collection de vêtements pour enfants, de sous-vêtements et d'accessoires. En 2008, la société a continué d'agrandir la superficie dévolue à la vente de produits *Joe Style frais*, et elle a distribué la collection dans un plus grand nombre de magasins au Québec et dans les provinces de l'Atlantique.

En 2008, la société a lancé plus de 500 nouveaux produits *le Choix du Président*, a célébré le 25<sup>e</sup> anniversaire du journal *Trouvailles des Fêtes le Choix du Président* et elle a redessiné l'emballage de 350 produits *le Choix du Président*. La société a également commencé les préparatifs en vue de la célébration du 25<sup>e</sup> anniversaire de la marque *le Choix du Président*, en 2009.

La société s'efforce également d'étendre sa gamme de produits *PC* pour la maison. En 2008, un nouveau concept de mise en marché des produits *PC* pour la maison a été mis à l'essai dans les magasins à grande surface.

En 2007 et en 2008, l'offre de marques contrôlées de la société a été appuyée par une nouvelle campagne de commercialisation proposant des produits *Signature le Choix du Président* et certains produits *le Choix du Président*, produits offrant une valeur et une qualité exceptionnelles aux consommateurs et respectant les valeurs de responsabilité sociale de la société. Cette campagne met de l'avant Galen Weston, président exécutif du Conseil d'administration de la société, comme porte-parole.

La fabrication des produits de marques contrôlées de la société, qui comptent parmi les marques les plus réputées au Canada, est impartie à des fournisseurs indépendants. 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 pertinentes soient conclues avec ces tiers, la société n'a aucune influence directe sur leur gestion. Des événements défavorables touchant ces tiers pourraient avoir une incidence négative sur les activités de la société et sa performance financière.

## **Services financiers**

Les *Services financiers le Choix du Président*, y compris des comptes chèques et des comptes d'épargne, des prêts hypothécaires, des REER, des fonds communs de placement, des prêts et des marges de crédit, sont fournis par la division des services bancaires en direct ou par une filiale en propriété exclusive d'une grande banque à charte canadienne. La Banque *le Choix du Président*, filiale de la société, offre la carte MasterCard<sup>MD</sup> *Services financiers le Choix du Président*.

Par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance PC Finance Inc., la société offre une assurance vétérinaire et une assurance voyage *Services financiers le Choix du Président*. À l'heure actuelle, l'assurance vétérinaire *Services financiers le Choix du Président* est offerte partout au Canada, sauf au Québec et au Nouveau-Brunswick, tandis que l'assurance voyage *Services financiers le Choix du Président* est offerte partout au Canada, sauf au Québec. Depuis le 21 février 2009, la société a cessé de vendre de nouvelles polices d'assurance habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président*. Les clients existants ont toutefois encore accès au service à la clientèle (y compris au service de règlement de sinistre), et il leur est encore possible de renouveler leurs polices.

Des informations supplémentaires 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, filiale de George Weston limitée, est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et l'un des plus importants prestataires de services de pharmacie et fournisseurs d'articles de marchandise générale et de services et produits financiers. Loblaw s'est donné pour mission d'être le meilleur détaillant de produits alimentaires, d'articles de soins de santé et d'articles pour la maison au Canada en allant au-delà des attentes des consommateurs par l'offre de produits novateurs et à prix avantageux. Depuis plus de 50 ans, la société offre au marché canadien des produits et des 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 bannières détenues par la société comprennent *Atlantic Superstore*, *Dominion\** (pour Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Loblaws*, *Loblaw Great Food*, *Maxi*, *Maxi & Cie*, *Provigo*, *The Real Canadian Superstore*, *Loblaw Superstore* et *Zehrs*, de même que plusieurs clubs-entrepôts exploités sous le nom de *Cash & Carry*, *Presto* et *The Real Canadian Wholesale Club*. Les magasins franchisés et associés de la société sont exploités sous les dénominations sociales *Atlantic SaveEasy*, *Fortinos*, *Extra Foods*, *no frills*, *SuperValu*, *Valu-mart* et *Votre Épicière Indépendant*. Le réseau de magasins est soutenu par 21 installations d'entreposage exploitées par la société et 5 détenues par des tiers situées partout au Canada et, au besoin, par des installations d'entreposage temporaires.

De plus, la société offre aux consommateurs des produits et services financiers *le Choix du Président*, notamment la carte MasterCard<sup>MD</sup> *Services financiers le Choix du Président*, des assurances habitation, automobile, voyage et soins vétérinaires, ainsi que 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 terminé le 31 décembre 2008, les activités d'exploitation de la société à l'échelle du Canada se répartissent comme suit :

	<b>Magasins détenus par la société</b>	<b>Magasins franchisés</b>	<b>Magasins associés</b>	<b>Comptes indépendants</b>	<b>Entrepôts</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	13	7	4	202	1
Île-du-Prince-Édouard	4	3	1	82	
Nouvelle-Écosse	34	21		494	2
Nouveau-Brunswick	21	20	4	233	2
Québec	223	21	283	3 609	4
Ontario	155	277	11	72	5
Manitoba	25	5	27		1
Saskatchewan	33	16	21		1
Alberta	60	14	9		3
Territoires du Nord-Ouest	2		1		
Yukon	1	1			
Colombie-Britannique	38	42	17		2
<b>Total</b>	<b>609</b>	<b>427</b>	<b>378</b>	<b>4 692</b>	<b>21</b>

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

	<b>Magasins détenus par la société</b>	<b>Magasins franchisés</b>	<b>Magasins associés</b>
<b>Magasins à grande surface</b>			
<i>Atlantic Superstore</i>	53		
<i>Dominion*</i> (Terre-Neuve-et-Labrador)	12		
<i>The Real Canadian Superstore</i>	107		
<b>Magasins conventionnels</b>			
<i>Atlantic SaveEasy</i>		44	5
<i>Fortinos</i>		20	
<i>Loblaws</i>	79		
<i>Provigo</i>	64	21	3
<i>SuperValu</i>	2	14	7
<i>Valu-mart</i>		56	9
<i>Votre Épicière Indépendant</i>		53	1
<i>Zehrs</i>	44		
Autres	2	34	244
<b>Magasins à escompte</b>			
<i>Extra Foods</i>	68	25	
<i>Maxi</i>	93		
<i>Maxi &amp; Cie</i>	17		
<i>no frills</i>		160	
<b>Points de vente en gros</b>			
<i>Cash &amp; Carry</i>	22		109
<i>Presto</i>	12		
<i>The Real Canadian Wholesale Club</i>	34		
<b>Total</b>	<b>609</b>	<b>427</b>	<b>378</b>

\* Marque de commerce utilisée sous licence

À la fin de l'exercice 2008, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était respectivement de 61 900 pieds carrés et de 28 400 pieds carrés. La taille moyenne des magasins détenus par la société et celle des magasins franchisés a augmenté respectivement de 3,4 % et de 1,6 % au cours des trois derniers exercices, la tendance de la société étant généralement d'aller vers les magasins à plus grand format.

Lorsqu'elle le juge à propos, la société a pour stratégie d'acheter des terrains pour de futurs magasins. À la fin de l'exercice 2008, la société détenait 74 % des biens immobiliers dans lesquels sont situés les magasins détenus par la société, 48 % de ceux dans lesquels sont situés les magasins franchisés ainsi que divers biens en voie d'aménagement ou détenus aux fins d'aménagement futur. Les biens immobiliers qui appartiennent à la société sont essentiellement libres de toute charge, la société ayant contracté des emprunts hypothécaires de seulement 10 millions de dollars sur un actif immobilisé total, y compris les biens immobiliers, ayant une valeur comptable nette d'environ 8,0 milliards de dollars à la fin de l'exercice 2008. La superficie totale des magasins détenus par la société et des magasins franchisés est respectivement d'environ 27,4 millions de pieds carrés et 6,0 millions de pieds carrés.

Les produits et le bénéfice de la société proviennent dans une large part de montants versés 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 ou par des fournisseurs autorisés 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 principalement du matériel et des équipements.

Les franchisés sont des entreprises indépendantes et, en conséquence, leur exploitation peut subir l'incidence négative de facteurs qui échappent à la volonté de la société, ce qui, par la suite, peut se répercuter négativement sur sa réputation ainsi que sur ses produits d'exploitation et son bénéfice. Tel serait également le cas si un nombre important de franchisés devaient connaître des difficultés d'exploitation et, notamment, être exposés à des risques liés à la santé et la sécurité, connaître des difficultés financières, refuser ou ne pas être en mesure de payer à la société des marchandises, des loyers ou d'autres frais. Le système de franchise de la société est aussi assujéti aux lois sur les franchises et aux règlements d'application en vigueur dans certaines provinces. Toute nouvelle loi ou tout défaut de se conformer aux lois existantes pourrait influencer négativement sur les activités de la société et contribuer à accroître le fardeau et les frais d'administration liés à ces règlements – éléments qui pourraient nuire aux relations commerciales que la société entretient avec ses franchisés.

La société en est actuellement à renouveler une entente de financement pour le compte de ses franchisés, et ce dossier devrait être finalisé au cours du deuxième trimestre de 2009. Ce nouveau financement pourrait se traduire par des coûts de financement supérieurs pour les franchisés et ainsi avoir une incidence négative sur les résultats d'exploitation. Bien que la société soit d'avis que ses franchisés pourront continuer d'obtenir du financement adéquat, l'incapacité de le faire pourrait influencer négativement sur les programmes des franchisés de la société et avoir des répercussions sur ses résultats d'exploitation. En outre, la nouvelle structure de financement devra être examinée pour en mesurer l'incidence sur la consolidation des EDDV.

## **Situation concurrentielle**

L'industrie du commerce de détail au Canada est extrêmement concurrentielle, et la société doit composer avec des concurrents de taille. Elle est principalement tributaire de la demande des consommateurs, qui est à son tour 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 ainsi qu'au sujet du récent ralentissement économique, 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 articles 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 entreprises de marchandisage de masse, les clubs-entrepôts, les pharmacies, les magasins offrant un assortiment restreint de produits, les magasins à rabais, les dépanneurs et les magasins spécialisés. Bon nombre de ces concurrents offrent maintenant une gamme de produits alimentaires, de produits de pharmacie et d'articles de marchandise générale. D'autres se concentrent sur des assortiments de produits que l'on trouve habituellement dans les supermarchés.

L'incapacité de la société de rivaliser efficacement avec ses concurrents actuels ou futurs pourrait se traduire notamment par une réduction de sa part de marché et l'obliger à abaisser ses prix pour soutenir la concurrence. Par conséquent, la position concurrentielle de la société et sa performance financière pourraient en subir le contrecoup.

Bien que beaucoup reste à faire quant à l'implantation fructueuse des stratégies de la société, cette dernière estime être en solide position 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.

## **Clients**

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 mis au point 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 en étroite collaboration avec les fournisseurs à leur conception et leur confection.

La société commercialise des produits de marques contrôlées tels que des produits alimentaires, des articles de soins de santé et des produits de beauté, des vêtements et des articles de marchandise générale sous des marques de commerce telles *le Choix du Président*, *PC*, *PC Biologique*, *Menu bleu*, *Mini Chefs*, *sans nom*, *Joe Style frais*, *Format Club*, *PC Produit écologique Vert*, *EXACT*, *le Choix de nounours* et *La vie chez soi*.

La santé, le foyer et de saines habitudes de vie sont 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 l'entremise de ses gammes santé *Menu bleu* et *PC Biologique*.

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

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 partout au Canada. La société a appuyé le lancement en aménageant un espace *Joe Style frais* doté d'allées plus larges et d'une caisse et de cabines d'essayage centrales. De nouveaux agencements décoratifs ainsi que de nouveaux panneaux-réclames ont été adoptés. En 2007, la société a poursuivi l'expansion de sa collection *Joe Style frais* et a mis sur le marché une collection de vêtements pour enfants, de sous-vêtements et d'accessoires. En 2008, la société a continué d'agrandir la superficie dévolue à la vente de produits *Joe Style frais*, et elle a distribué la collection dans un plus grand nombre de magasins au Québec et dans les provinces de l'Atlantique.

### *Commercialisation*

Les programmes de commercialisation de la société mettent l'accent sur des activités planifiées et 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, y compris 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 la commercialisation est assurée 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. Il décrit de façon créative tous les nouveaux produits de la saison et souligne les prix, la valeur et la qualité des produits de marques contrôlées. Bien que le programme de fidélisation 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 PC* échangeables dans tous les magasins contre des produits au cours des nombreuses promotions. 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*.

Au cours du dernier exercice, la société a misé davantage sur les projets de commercialisation, notamment en augmentant le budget connexe, en lançant des campagnes à plus grand déploiement et en mettant plus d'accent sur le marketing ponctuel.

En 2007 et en 2008, l'offre de marques contrôlées de la société a été appuyée par une nouvelle campagne de commercialisation proposant les produits *Signature le Choix du Président*, produits *le Choix du Président* offrant une valeur et une qualité exceptionnelles aux consommateurs et respectant les valeurs de responsabilité sociale de la société. Cette campagne met de l'avant Galen Weston, président exécutif du Conseil d'administration de la société, comme porte-parole.

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](http://www.PC.ca) et [www.joe.ca](http://www.joe.ca) sur lesquels les consommateurs peuvent participer à des concours et évaluer et noter des produits alimentaires de même que se 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<sup>MD</sup> *Services financiers le Choix du Président* est offerte à l'échelle du Canada. Des fournisseurs indépendants se chargent des services de traitement des transactions par cartes de crédit ainsi que des services et du soutien des centres d'appels et d'une certaine surveillance du crédit et des fraudes pour la carte MasterCard<sup>MD</sup> *Services financiers le Choix du Président*. Au 3 janvier 2009, une tranche d'environ 1,775 milliard de dollars de montants exigibles sur cartes de crédit avait fait l'objet d'une titrisation, tandis qu'une tranche de 431 millions de dollars 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 vétérinaire et une assurance voyage *Services financiers le Choix du Président*. À l'heure actuelle, l'assurance vétérinaire *Services financiers le Choix du Président* est offerte partout au Canada, sauf au Québec et au Nouveau-Brunswick, tandis que l'assurance voyage *Services financiers le Choix du Président* est actuellement offerte partout au Canada, sauf au Québec. Le 21 février 2009, la société a cessé de vendre de nouvelles polices d'assurance habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président*. Les clients existants ont toutefois encore accès au service à la clientèle (y compris au service de règlement de sinistre), et il leur est encore possible de renouveler leurs polices.

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 lancé *PC Mobile*, gamme de services prépayés de téléphonie cellulaire et d'accessoires connexes. Les services *PC Mobile* sont fournis en collaboration avec une grande entreprise canadienne de télécommunications.

### **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 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 de pharmacie et de laboratoire photographique et pour le compte des *Services financiers le Choix du Président*.

En 2007, un plan stratégique en matière de TI a été mis au point pour encadrer les nouveaux systèmes dont Loblaw a besoin. En 2008, la société a amorcé la mise en application de ce plan, et elle en a annoncé les principaux fournisseurs. Le premier investissement de la société a d'ailleurs servi à l'acquisition des systèmes requis pour la prise en charge de sa ligne de vêtements, la création d'un fichier de données principal pour l'ensemble de la société et l'établissement d'une stabilité globale de son infrastructure.

En 2009, la société prévoit passer du stade de la conception à l'étape de l'implantation, en commençant à mettre en place de nouveaux systèmes à l'échelle de l'entreprise.

Comme la société n'a pas suffisamment investi dans son infrastructure de TI par le passé, ses systèmes avaient besoin d'une mise à niveau. Il est possible que dans leur état actuel, les systèmes existants n'arrivent pas à soutenir les processus d'exploitation indispensables à la bonne marche de la société. Aussi, un plan stratégique en matière de TI a été élaboré pour encadrer les nouveaux systèmes dont Loblaw a besoin. Amorcée en 2008, la mise en application de ce plan se poursuivra tout au long de 2009. Des risques associés à la gestion du changement et d'autres risques connexes découleront des différents projets qui seront entrepris pour effectuer une mise à niveau des systèmes existants et instaurer de nouveaux systèmes servant à gérer efficacement les activités à l'avenir. Le défaut de la société d'investir suffisamment dans ses TI ou à déployer sans délai et efficacement une infrastructure de TI pourrait nuire à ses résultats financiers.

Tout bris ou panne des systèmes de TI pourrait porter atteinte à la réputation de la société, à son chiffre d'affaires ou à sa performance financière et entraîner la perte de données pertinentes et fiables permettant à la direction de prioriser efficacement ses stratégies, ce qui pourrait empêcher la société d'optimiser son rendement global.

Toute défaillance du système de sécurité de l'information de la société ou la non-conformité avec les normes établies en sécurité de l'information, y compris en matière de protection des renseignements personnels concernant les clients de la société, pourrait nuire à la réputation de la société et à son positionnement concurrentiel et pourrait avoir une incidence négative sur sa performance financière.

## **Chaîne d'approvisionnement**

La chaîne d'approvisionnement de la société est responsable du flux des marchandises et de l'information entre ses fournisseurs et les centres de distribution de la société et, finalement, ses magasins. Dans certains cas, des marchandises passent directement des fournisseurs aux magasins de la société. La société évalue continuellement ses méthodes de distribution, y compris ses relations avec les 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 la distribution de la société compte 26 entrepôts et centres de distribution. La société a également recours aux services logistiques de tiers à cinq de ses centres de distribution, soit ceux de Pickering, d'Ajax, de Caledon, de Calgary et de Vancouver. La société utilise différents modes de transport, y compris son propre parc de camions et a recours à des tiers transporteurs et au transport maritime et par rail. En matière de transport, la société ne dépend 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 il est décrit à la page 6 de la présente notice annuelle. Un nouveau centre de distribution alimentaire à Ajax, en Ontario, exploité par un fournisseur de services tiers, a démarré ses activités en 2008.

## **Caractère saisonnier des activités de la société**

Les activités de la société relatives aux produits alimentaires, notamment au chapitre du niveau des stocks, du volume des ventes et de l'éventail des produits, sont touchées à divers degrés par certaines périodes fériées au cours de l'année. Certains articles de marchandise générale sont assujettis à d'autres fluctuations saisonnières.

## **Activités à l'étranger**

Glenhuron Bank Limited, filiale indirecte à part entière de la société, exerce ses 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.

## **Salariés**

En date du 3 janvier 2009, l'effectif de la société et de ses franchisés comptait plus de 139 000 salariés à temps plein et à temps partiel. La majorité des salariés de la société œuvrant dans les magasins et centres de distribution sont syndiqués. Actuellement, les salariés syndiqués de la société sont visés par 372 conventions collectives conclues avec 17 syndicats.

## **Contrôle du crédit**

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 éventuels associés au crédit accordé aux clients MasterCard<sup>MD</sup> *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.

## **Environnement et santé et sécurité au travail**

La société s'est dotée de programmes en matière d'environnement, de santé et de sécurité au travail et a institué des politiques 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 et à des évaluations des risques environnementaux en faisant appel à des ressources internes et externes; elle a également mis en place des programmes de sensibilisation des salariés dans tous les secteurs d'exploitation. La société se veut responsable tant au plan social qu'environnemental et reconnaît que les efforts qu'elle déploie pour assurer sa croissance économique et sa rentabilité en réponse aux pressions exercées par la concurrence doivent tenir compte de ses responsabilités en matière de saine gestion environnementale et d'autres questions d'ordre écologique. La société prend part aux initiatives environnementales mises de l'avant par l'industrie et les pouvoirs publics qui visent à réduire l'incidence de ses activités sur l'environnement.

La société dispose d'un important portefeuille immobilier et est exposée aux risques environnementaux liés à la contamination des biens immobiliers qu'elle occupe, qu'elle ait pu être causée soit par les propriétaires ou les occupants antérieurs, soit par les propriétés avoisinantes soit, encore par l'exercice de ses propres activités. La société pourrait devoir engager des coûts imprévus ou plus élevés que prévu à l'égard des activités connexes de restauration des lieux.

Au cours des dernières années, les gouvernements provinciaux et les administrations municipales ont adopté des mesures législatives obligeant les détaillants à couvrir les coûts liés au recyclage et à la mise aux rebuts des emballages de produits destinés à la consommation. Cette tendance est de plus en plus répandue et la société s'attend à ce que les coûts qu'elle devra engager des suites de ces nouvelles mesures législatives augmenteront.

Le Comité de l'environnement et de la santé et sécurité du Conseil d'administration reçoit régulièrement des rapports de la direction sur les questions courantes et éventuelles, les nouvelles préoccupations d'ordre réglementaire et les efforts de communication pertinents. Le personnel de la société affecté aux questions environnementales travaille en étroite collaboration avec le personnel du secteur de l'exploitation pour veiller à ce que les exigences de l'entreprise en matière d'environnement soient bien remplies.

## **Responsabilité sociale**

Loblaw a défini le cadre à l'intérieur duquel ses activités en matière de responsabilité sociale doivent s'inscrire, et elle a coordonné ses engagements avec son plan d'affaires en se fondant sur les cinq principes suivants : respecter l'environnement, faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement, faire une différence positive dans la communauté, refléter les diversités culturelles de notre pays et être un milieu de travail formidable. La société examine ses activités à la lumière de ces principes, et elle rend compte de ses conclusions au moyen d'outils tels que le rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise (le « RSE »).

La société est d'avis que le fait d'énoncer ses objectifs en matière de responsabilité sociale et de rendre compte de ses progrès en vue de leur réalisation dans un document rendu public l'aide à demeurer sur la bonne voie et à rester motivé, et que cela permet à d'autres de souscrire et de participer à ses efforts. Loblaw voit ces échanges comme un moyen d'établir sa crédibilité et d'initier des changements positifs à grande échelle.

Le deuxième RSE sera publié en avril 2009.

## **Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage**

La société est exposée à divers risques liés à des défauts de fabrication de produits, à l'innocuité des aliments et à leur manipulation. Ces risques qui engagent sa responsabilité peuvent découler du stockage, de la distribution et de la présentation des produits et, en ce qui concerne les produits de marques contrôlées de la société, de leur fabrication, de leur emballage et de leur conception. Tout événement relatif à ces questions peut porter atteinte à la réputation de la société et nuire à ses résultats financiers.

Une bonne partie du chiffre d'affaires de la société provient des produits alimentaires et la société pourrait se trouver en situation de vulnérabilité si un grave problème d'intoxication d'origine alimentaire ou des problèmes de santé publique causés par certains produits alimentaires devaient survenir. Un événement de cette nature pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière de la société. Des procédures ont été mises en place pour gérer des événements de ce genre. Ces procédures sont conçues pour repérer les risques, s'assurer que les communications avec les salariés et les consommateurs sont claires et que les produits potentiellement dangereux sont rapidement retirés des stocks. 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, y compris 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 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 salariés. De plus, la société a mis en place un Comité de déontologie et de conduite des affaires pour superviser l'observance du 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 salariés 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 la conformité aux lois.

Tout défaut de la part de la société de respecter ses politiques, la loi ou des pratiques commerciales éthiques pourrait grandement porter atteinte à sa réputation et à ses marques et, par conséquent, à sa performance financière.

## **Risques et gestion des risques**

En 2008, la société a recensé les principaux risques d'exploitation auxquels elle était exposée à l'aide d'évaluations sur le risque menées auprès des membres de la haute direction et du conseil d'administration. Les risques relevés durant ces évaluations ont été analysés et ont fait l'objet d'une discussion dans le cadre du processus annuel de planification des activités de la société, tout en étant pris en compte dans le plan de vérification interne axé 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 éventuelles 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, qui pourrait avoir une incidence négative 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 18 à 27 du rapport de gestion du rapport annuel 2008 de la société, lequel est intégré par renvoi dans les présentes.

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.

## **STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES**

### **Capital-actions**

Le capital-actions de Les Compagnies Loblaw limitée se compose d'actions ordinaires, d'actions privilégiées de premier rang et d'actions privilégiées de deuxième rang, série A.

Les actions ordinaires sont assorties de droits de vote à raison de une voix par action ordinaire. Les porteurs d'actions ordinaires ont le droit, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions afférents 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 3 janvier 2009, le nombre des actions ordinaires émises et en circulation de la société s'établissait à 274 173 564. Le nombre des actions ordinaires autorisées est illimité.

Les actions privilégiées de premier rang ont priorité de rang sur les actions ordinaires, ainsi que sur toute action d'une catégorie qui leur est inférieure, en ce qui concerne le paiement des dividendes. Les porteurs d'actions privilégiées de premier rang ne sont pas habilités à voter, sauf si la société omet de payer au total huit dividendes trimestriels à l'égard de l'une ou l'autre des séries d'actions privilégiées de premier rang. Un maximum de 1 000 000 d'actions privilégiées de premier rang peuvent être émises. Aucune action privilégiée de premier rang n'a été émise et aucune n'est en circulation.

Les actions privilégiées de deuxième rang, série A, prennent rang après les actions privilégiées de premier rang en cas de conflit entre les privilèges, les priorités et les droits se rattachant aux deux catégories d'actions privilégiées. Les actions privilégiées de deuxième rang, série A, ont priorité de rang sur les actions ordinaires, ainsi que sur toute action de la société d'une catégorie qui leur est inférieure, en ce qui concerne i) le paiement des dividendes et ii) l'ordre de priorité de distribution des actifs de la société. Les porteurs d'actions ordinaires de deuxième rang, série A, ne sont pas habilités à voter. À compter du 31 juillet 2013, la société pourrait racheter contre espèces les actions privilégiées de deuxième rang, série A, ou, à son gré, les convertir en actions ordinaires selon des modalités définies. En date du 3 janvier 2009, le nombre des actions privilégiées de deuxième rang, série A, en circulation de la société s'établissait à 9 000 000.

## **Volume et cours des actions**

Les actions ordinaires et les actions privilégiées de deuxième rang, série A, de Les Compagnies Loblaw limitée sont inscrites à la cote de la Bourse de Toronto, et elles sont respectivement négociées sous les symboles « L » et « L.PR.A ». Les cours extrêmes de clôture mensuels des marchés et le volume moyen quotidien transigé mensuellement pour les actions ordinaires et les actions privilégiées de deuxième rang, série A, de Les Compagnies Loblaw limitée pour l'exercice terminé le 3 janvier 2009 étaient les suivants :

### **ACTIONS ORDINAIRES**

<b>Mois</b>	<b>Haut</b> (en dollars par action ordinaire)	<b>Bas</b> (en dollars par action ordinaire)	<b>Volume moyen quotidien par mois</b> (en actions)
Janvier	35,74	31,18	585 668
Février	32,31	28,59	515 570
Mars	30,85	26,75	564 112
Avril	32,99	29,12	395 525
Mai	34,35	32,21	442 630
Juin	34,44	30,11	361 517
Juillet	31,49	27,26	320 120
Août	30,67	28,46	269 802
Septembre	32,00	28,30	1 064 622
Octobre	30,61	26,11	658 784
Novembre	32,24	26,86	593 202
Décembre	35,93	31,01	578 529

### **ACTIONS PRIVILÉGIÉES DE DEUXIÈME RANG, SÉRIE A**

<b>Mois</b>	<b>Haut</b> (en dollars par action ordinaire)	<b>Bas</b> (en dollars par action ordinaire)	<b>Volume moyen quotidien par mois</b> (en actions)
Janvier	—	—	—
Février	—	—	—
Mars	—	—	—
Avril	—	—	—
Mai	—	—	—
Juin	24,90	23,00	7 154
Juillet	23,91	22,50	3 830
Août	23,60	22,00	6 342
Septembre	23,10	22,10	47 211
Octobre	22,82	20,60	27 531
Novembre	23,25	21,60	29 179
Décembre	23,25	22,20	10 713

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

## Cote de solvabilité

Entre le deuxième trimestre de 2007 et le 7 février 2008, la cote de solvabilité des BMT, d'autres billets et des débetures de la société a été abaissée à deux reprises et celle du papier commercial a été abaissée à une reprise, à la fois par Dominion Bond Rating Service (« DBRS ») et Standard & Poor's (« S&P »).

Au 12 mars 2009, la cote de crédit de Les Compagnies Loblaw limitée relativement à ses valeurs mobilières se présentait comme suit :

	<u>DBRS</u>		<u>S&amp;P</u>	
	<u>Cote</u>	<u>Tendance</u>	<u>Cote</u>	<u>Tendance</u>
Papier commercial	R-2 (moyen)	Stable	A-2	Négative
BMT	BBB	Négative	BBB	Négative
Autres billets et débetures	BBB	Négative	BBB	Négative
Actions privilégiées	Pfd-3	Négative	P-3 (élevé)	

Les agences de notation ont établi la cote de crédit à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes à Les Compagnies Loblaw limitée. Cette cote de crédit a pour but de donner une indication du risque que Les Compagnies Loblaw limitée ne s'acquitte pas de ses obligations en temps opportun. La cote de crédit ne traduit pas nécessairement l'incidence éventuelle de tous les risques sur la valeur des titres. Elle ne représente pas une recommandation d'acquérir, de vendre ou de conserver 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 cote de crédit a été obtenue des agences respectives à partir de leur site web et est présentée ci-dessous :

### DBRS

#### *Papier commercial*

La cote de DBRS applicable au papier commercial varie entre R-1 (élevé) et D. La cote R-2 (moyen) figure au cinquième rang d'une échelle de dix. La dette à court terme cotée R-2 (moyen) présente une qualité du crédit acceptable. En regard des sociétés ayant obtenu la cote R-2 (élevé), celles qui ont obtenu la cote R-2 (moyen) possèdent habituellement des titres dont la volatilité est plus élevée ou des ratios d'endettement et de liquidités moins solides, ont des perspectives de flux de trésorerie futurs moins encourageantes ou, encore, sont touchées par un ralentissement au sein de leur secteur d'activité. Les titres dont la cote se situe dans cette catégorie seraient plus vulnérables à une détérioration de la conjoncture économique et financière.

#### *Dette à long terme (BMT, autres billets et débetures)*

Les cotes de crédit de DBRS applicables à la dette à long terme varient entre AAA et D. Chaque catégorie est assortie des sous-catégories « faible » et « élevé ». L'absence d'une telle désignation signifie que la cote se situe au milieu de sa catégorie.

La cote BBB figure au quatrième rang sur une échelle de dix. La cote BBB attribuée à la dette à long terme est d'une qualité de crédit adéquate. La protection du capital et des intérêts demeure acceptable, mais les entités appartenant à cette catégorie sont considérées comme plus fragiles lorsque la conjoncture financière et économique se dégrade. Il peut également y avoir d'autres conditions défavorables contribuant à réduire la vigueur d'une entité et la cote attribuée à ses titres.

DBRS utilise des cotes de solvabilité Tendence pour coter les sociétés. Ces cotes traduisent l'opinion de DBRS quant à l'évolution de la cote en question, et la tendance est établie selon trois catégories, soit « positive », « stable » ou « négative ». La tendance est l'évolution, selon DBRS, d'une cote si la tendance actuelle devait se maintenir 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 dans lesquels l'entité émettrice exerce ses activités.

Une tendance positive ou négative ne signifie pas un changement de cote imminent. Elle indique plutôt que la possibilité que la cote change est plus forte que si la tendance « stable » avait été attribuée au titre.

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

#### *Actions privilégiées*

La cote attribuée par DBRS aux actions privilégiées varie entre Pfd-1 et D. La cote Pfd-3 figure au troisième rang d'une échelle de six. Les actions privilégiées dont la cote est Pfd-3 présentent une qualité du crédit acceptable. Bien que la protection des dividendes et du capital soit acceptable, la société émettrice est jugée plus susceptible de subir l'incidence de conditions financières et économiques défavorables, et il peut exister d'autres conditions défavorables ayant pour effet de réduire la protection de l'instrument. Règle générale, les sociétés ayant obtenu une cote Pfd-3 ont des obligations de premier rang jouissant de cotes situées dans la fourchette élevée de la catégorie BBB.

## S&P

#### *Papier commercial*

Les cotes canadiennes de S&P attribuées au papier commercial varient entre A-1 et D. La cote A-2 figure au quatrième rang d'une échelle de huit. Les obligations cotées 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 cotées A-2 selon l'échelle utilisée pour le papier commercial canadien pourraient avoir droit à une cote A-2 selon l'échelle mondiale à court terme de S&P.

#### *Dette à long terme (BMT, autres billets et débentures)*

Les cotes de crédit attribuées aux instruments à long terme de S&P varient entre AAA et D. La cote BBB est la quatrième d'une échelle de dix. Une obligation cotée 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 cotes 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 cotes.



Une perspective de S&P met en évidence l'orientation éventuelle d'une cote à long terme pendant une durée à moyen terme (généralement de 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 cote ou une inscription future sur la liste de surveillance. La désignation « négative » signifie qu'une cote peut être abaissée et la désignation « stable » signifie qu'une cote ne devrait sans doute pas changer.

### *Actions privilégiées*

Les cotes canadiennes de S&P applicables aux actions privilégiées varient entre P-1 et D. La cote P-3 (élevé) figure au troisième rang d'une échelle de huit. Une obligation dont la cote est P-3 (élevé) est moins exposée à un défaut de paiement que d'autres émissions spéculatives. Elle doit toutefois composer, de manière continue, avec d'importantes incertitudes et elle est tributaire de la détérioration des conjonctures économique, financière ou commerciale, ce qui pourrait faire en sorte que l'obligé soit incapable de respecter ses engagements financiers à l'égard de l'obligation.

## **DIVIDENDES**

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. La société a pour objectif à long terme que ses paiements de dividendes se situent dans une fourchette variant entre 20 et 25 % du bénéfice net de base par action ordinaire de l'exercice précédent, ajusté, le cas échéant, en fonction d'éléments qui ne sont pas considérés comme étant représentatifs des activités poursuivies, en tenant compte de la situation de trésorerie à la fin de l'exercice, des besoins de trésorerie futurs et des possibilités d'investissement.

Les actions privilégiées de deuxième rang, série A, prennent rang après les actions privilégiées de premier rang en cas de conflit entre les privilèges, les priorités et les droits se rattachant aux deux catégories d'actions privilégiées, mais elles ont priorité de rang sur les actions ordinaires en ce qui concerne le paiement des dividendes. À l'exception de ce qui précède, il n'existe à l'heure actuelle aucune restriction qui pourrait empêcher la société de verser des dividendes selon les taux actuels.

Au cours des trois derniers exercices, les dividendes déclarés trimestriellement sur les actions ordinaires étaient de montants égaux. Les montants des dividendes en espèces déclarés au cours de chacun des trois plus récents exercices écoulés se présentent comme suit :

	<u>2008</u>	<u>2007</u>	<u>2006</u>
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,84 \$	0,84 \$	0,84 \$
Dividendes déclarés par action privilégiée de deuxième rang, série A	0,91 \$	—	—

Postérieurement à la fin de l'exercice 2008, le Conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 0,21 \$ l'action ordinaire, payable le 1<sup>er</sup> avril 2009, ainsi qu'un dividende trimestriel de 0,37 \$ l'action privilégiée de deuxième rang, série A, payable le 30 avril 2009.

## ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

La liste suivante des administrateurs et membres de la direction est à jour en date du 12 mars 2009.

### Administrateurs

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

Gordon A. M. Currie  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif  
Chef du service juridique

Dalton Philips  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif  
Chef de l'exploitation

Frank Rocchetti  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif  
Chef de la mise en marché

Robert Vaux  
(Ontario) Canada

Chef de la direction financière

Roland Boudreau  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,  
Marché de l'Ontario

Jocyanne Bourdeau  
(Québec) Canada

Vice-présidente exécutive,  
Marché du Québec

Mark Butler  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,  
Administration centrale

Barry K. Columb  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,  
Services financiers

Roy R. Conliffe  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,  
Relations de travail

Sarah R. Davis  
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,  
Finances

Grant B. Froese  
(Alberta) Canada

Vice-président exécutif,  
Marché de l'Ouest et Superstore de l'Ontario

Andrew MacIsaac  
(Nouvelle-Écosse) Canada

Vice-président exécutif,  
Marché de l'Atlantique

S. Jane Marshall  
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive, Services immobiliers  
Propriétés Loblaw limitée

Judy McCrie  
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,  
Ressources humaines

## Membres de la direction (suite)

### Nom, province et pays de résidence

### Occupation principale

Peter K. McMahon  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,  
Chaîne d'approvisionnement et TI

Robert A. Balcom  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur  
Secrétaire

Catherine A. Booth  
(Ontario) Canada

Vice-présidente directrice,  
TI

Craig R. Hutchison  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Marketing

Manny J. DiFilippo  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Gestion des risques et initiatives stratégiques

Todd Friars  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur et contrôleur,  
Systèmes et processus financiers

George S. Hamam  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Opérations financières

J. Bradley Holland  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Fiscalité

Michael W. Lovsin  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Les Marques Loblaw limitée

Doug S. Moffatt  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Finances et mise en marché

Lucy J. Paglione  
(Ontario) Canada

Vice-présidente directeur,  
Retraite et avantages sociaux

Timothy J. Scott  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Vérification interne et conformité au contrôle interne

Geoffrey H. Wilson  
(Ontario) Canada

Vice-président directeur,  
Services partagés

Collectivement, les administrateurs et membres de la direction de la société détiennent environ 0,15 % des actions ordinaires en circulation.

Tous les administrateurs et cadres supérieurs susmentionnés occupent depuis les cinq dernières années leur poste actuel ou d'autres postes auprès de la même société ou du même organisme ou auprès de sociétés ou d'organismes associés, à l'exception de : Mme Catherine A. Booth qui était vice-présidente, Technologie de l'information (détail), Société Canadian Tire Limitée et, auparavant, vice-présidente, Capgemini Canada; M. Roland Boudreau qui était vice-président directeur, Opérations au détail, A&P Canada et, auparavant, vice-président directeur, Opérations, Wal-Mart Canada; Mme Sarah R. Davis qui

était vice-présidente et contrôleuse, Rogers Communication Inc., et qui, auparavant, a occupé diverses fonctions au sein de la fonction finances de BCE Inc.; M. Barry K. Columb qui était président, CitiCards Canada; M. Gordon A. M. Currie qui était vice-président principal et chef du service juridique, Direct Energy Marketing Limited et, auparavant, associé au sein du cabinet d'avocats Blake, Cassels & Graydon S.E.N.C.R.L.; M. Craig R. Hutchison qui était vice-président, Ventes et marketing, Boulangeries Weston Limitée; M. Michael W. Lovsin qui était vice-président, Marchandisage cosmétiques et fragrances, Ulta Salons et, auparavant, vice-président, Gestion de catégories, Shoppers Drug Mart Corporation; Mme Judy McCrie qui était vice-présidente et directrice générale, Laiterie Neilson; M. Peter K. McMahon qui était cadre dirigeant de Wal-Mart Europe; M. Dalton Philips qui était chef de la direction, Brown, Thomas et, auparavant, chef de l'exploitation de la division internationale de Wal-Mart; M. Frank Rocchetti qui était vice-président principal et chef de la mise en marché, Sears Canada; M. Timothy J. Scott qui a occupé divers postes chez Les Aliments Maple Leaf Inc., y compris ceux de vice-président, Finances, Aliments Maple Leaf Global et, auparavant, de vice-président, Vérification interne, Les Aliments Maple Leaf Inc. et Pain Canada Compagnie Limitée; et M. John D. Wetmore qui était vice-président, Contact Centre Development, IBM Americas et, auparavant, président et chef de la direction, 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 *Bankruptcy Code* des Etats-Unis 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 cette 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 fait l'objet d'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 législation sur les valeurs mobilières de l'Ontario.

## **ACTIONS EN JUSTICE**

La société, dans le cours normal de ses activités, est nommée partie défenderesse dans des poursuites judiciaires ou peut entamer des poursuites judiciaires contre des tiers.

Les fiduciaires d'un régime de retraite interentreprises auquel participent les salariés de la société et de ses franchisés indépendants sont visés par un recours intenté par la Commission des services financiers de l'Ontario, qui allègue qu'ils ont enfreint certaines dispositions de la *Loi sur les régimes de retraite* de l'Ontario dans le cadre de leur gestion des fonds du régime. L'un des fiduciaires, qui est aussi un membre de la direction de Loblaw, a droit à des dommages-intérêts 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 13 millions de dollars en 2008. Les honoraires versés aux termes de cette entente sont révisés chaque année par le Comité de vérification.

## **AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES**

Services aux Investisseurs Computershare Inc. est l'agent des transferts et l'agent chargé de la tenue 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 du Code de déontologie de l'Ordre des comptables agréés de l'Ontario.

## **COMITÉ DE VÉRIFICATION**

La charte du Comité de vérification, telle qu'elle a été approuvée par le Conseil d'administration de la société le 11 mars 2009, 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 leur expérience et leur formation en rapport à leur rôle à titre de membre du Comité de vérification se présentent comme suit :

M. Beeston est F.C.A. et était auparavant président et chef de la direction de Major League Baseball. Il est titulaire d'un B.A. de l'Université de Western Ontario.

M. O'Neill est F.C.A. et était auparavant chef de la direction de PricewaterhouseCoopers Consulting, chef de l'exploitation de PricewaterhouseCoopers LLP, Global et chef de la direction de PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l., Canada. M. O'Neill est titulaire d'un 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 est titulaire d'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.

## 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 des états financiers de la société et pour autres services rendus au cours des exercices 2008 et 2007 se répartit comme suit :

	<b>2008</b> <b>Réel</b> <b>(en milliers de dollars)</b>	<b>2007</b> <b>Réel</b> <b>(en milliers de dollars)</b>
Honoraires de vérification <sup>1)</sup>	2 326	2 341
Honoraires pour services afférents à la vérification <sup>2)</sup>	1 965	1 462
Tous les autres honoraires <sup>3)</sup>	26	5
Total des honoraires	<b>4 317</b>	<b>3 808</b>

<sup>1)</sup> Les honoraires de vérification incluent les honoraires pour services rendus à l'occasion de la vérification des états financiers consolidés de la société.

<sup>2)</sup> 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, la vérification des régimes de retraite, la préparation des lettres d'accord présumé et l'interprétation des normes en matière de comptabilité et d'information financière.

<sup>3)</sup> Autres honoraires pour services liés à la gestion des risques, au contrôle interne/à la conformité, à l'observance des lois et règlements.

La charte du Comité de vérification prévoit que tout service, à l'exception de la vérification, rendu par le vérificateur doit être préalablement approuvé 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 qui n'est pas un service de vérification et qui doit être rendu par le vérificateur, dans la mesure permise par la loi.

## INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES

1. Des informations supplémentaires, y compris sur 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 6 mai 2009. D'autres informations financières sont également fournies dans les états financiers consolidés de la société et le rapport de gestion relatifs au dernier exercice complet de la société.
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 à [www.sedar.com](http://www.sedar.com) et auprès du bureau du surintendant des institutions financières (le « 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](http://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'appuyer 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 dispositions législatives 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 la communication 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 possède des compétences financières.

Aux fins de la présente charte, l'expression « indépendant » et l'expression « a ou possède des compétences financières » ont chacune le sens qui leur est 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, à



intervalle régulier, 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 qu'il 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 représentant 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 existante 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 de mission 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 points problématiques 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 existantes entre le vérificateur et la société;
- discuter avec le vérificateur de toute relation divulguée ou service 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 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 à huis clos 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, par exemple :

- 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**

La responsabilité de l'approbation des honoraires du vérificateur incombe directement au comité de vérification. 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 et le rapport de gestion afférent 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 d'exploitation et de ses flux de trésorerie conformément aux PCGR.

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 la pertinence des principes comptables appliqués, le caractère raisonnable des jugements exercés par la direction ainsi que les estimations ayant une incidence significative 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 notables 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 toute 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, l'évolution de la situation financière, les résultats d'exploitation, la liquidité, les dépenses en immobilisations, les fonds propres ou les 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 le conseiller juridique, 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 régulation ou les organismes gouvernementaux, de plaintes formulées par les employés ou de rapports publiés qui soulèvent des questions importantes concernant les états financiers ou les conventions comptables de la société;
- 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 qui n'ont pas été appliqués (parce qu'ils étaient peu importants ou autre), et 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 pertinentes 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 pertinentes afin de respecter la législation qui s'applique quant au versement 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 recommande à l'approbation du conseil les états financiers intermédiaires et le rapport de gestion afférent.

#### **(j) Autres informations financières**

Le comité de vérification examine la diffusion des autres informations financières 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 intervalle régulier, 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 régulation. 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 à huis clos 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 points problématiques 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 à huis clos 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 la communication 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 la communication 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 régulation 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 dans les affaires de la société à l'égard de questions financières et de comptabilité ainsi que toute préoccupation importante relativement à des points discutables 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, d'employés spécialistes et de personnes exerçant une profession auprès 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, aux contrôles internes 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 reconduction 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 la communication 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 ainsi que du rapport de gestion et recommande au conseil s'il doit ou non approuver les états financiers, tout rapprochement aux PCGR et le rapport de gestion;
- la révision par le comité de vérification de la notice annuelle;
- le respect par la société des dispositions législatives 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.