Loblaw^{MD}

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2009

Le 12 mars 2010

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2009

TABLE DES MATIÈRES

ÉNONCÉS PROSPECTIFS.....	3
STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ.....	5
Constitution en société.....	5
Relations intersociétés.....	5
APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ.....	6
Plan de redressement sur plusieurs années.....	6
Acquisition de T&T Supermarket.....	7
Chaîne d'approvisionnement.....	7
Emploi et relations de travail.....	8
Performance financière.....	9
Produits et services.....	9
Programme de marques contrôlées.....	10
Technologie de l'information.....	11
DESCRIPTION DES ACTIVITÉS.....	12
Activités de la société.....	12
Divisions géographiques et bannières.....	12
Situation concurrentielle.....	14
Clients.....	15
Produits et services.....	15
Propriété intellectuelle.....	17
Technologie de l'information.....	17
Chaîne d'approvisionnement.....	18
Caractère saisonnier des activités de la société.....	18
Activités à l'étranger.....	18
Collègues.....	19
Contrôle du crédit.....	19
Environnement, santé et sécurité au travail.....	19
Responsabilité sociale.....	20
Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage.....	20
Protection de la vie privée et déontologie.....	21
Risques et gestion des risques.....	21
STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	23
Capital-actions.....	23

Volume et cours des actions	23
Cotes de crédit.....	24
DIVIDENDES	27
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION.....	28
ACTIONS EN JUSTICE.....	32
CONTRATS IMPORTANTS	32
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	32
EXPERTS	33
COMITÉ DE VÉRIFICATION	33
HONORAIRES DE VÉRIFICATION EXTERNE	34
INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES	34
ANNEXE A – CHARTE EXPOSANT LE MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION	

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. Ces risques et incertitudes comprennent, sans toutefois s'y limiter :

- la possibilité que les plans de la société ne se concrétisent pas et que ses objectifs ne se réalisent pas;
- une évolution de la conjoncture économique, notamment des taux d'inflation ou de déflation;
- 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'impossibilité pour la société de réaliser les avantages prévus devant découler des acquisitions d'entreprises ou des dessaisissements;
- l'incapacité d'augmenter le chiffre d'affaires et de réaliser les économies de coûts ou les gains d'efficacité opérationnelle prévus dans le cadre des principales initiatives de la société, y compris les investissements dans les systèmes de technologie de l'information (« TI ») et dans la chaîne d'approvisionnement et les autres initiatives de réduction des coûts, ou l'obtention de résultats imprévus à la suite de la mise en œuvre de ces initiatives;
- l'augmentation des coûts liés aux services publics, notamment à ceux de l'électricité et du carburant;
- l'incapacité de l'infrastructure de TI de la société à répondre aux exigences des activités de la société;
- l'incapacité de la société à 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 mener à bien et en temps opportun le lancement de produits novateurs et reformulés ainsi que la rénovation et l'inauguration de magasins;
- 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 collègues, 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;
- les variations 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;
- les modifications des obligations fiscales de la société résultant de l'amendement des lois fiscales ou d'avis de cotisation futurs;
- la confiance accordée à tort à des tiers fournisseurs de services;

- les événements liés à la santé publique;
- les variations des taux de change et d'intérêt;
- l'incapacité de la société ou de ses franchisés d'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 recruter et à retenir des dirigeants clés;
- les 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 2009 de la société. Les énoncés prospectifs contenus dans la présente notice annuelle 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 2010. 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, avenue St. Clair Est, Toronto, 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, Canada 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 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
Loblaw Alberta Inc.	Alberta
Les Marques Loblaw limitée	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
Banque le Choix du Président	Canada
Provigo Distribution Inc.	Québec
Propriétés Provigo limitée	Canada
Provigo Québec Inc.	Québec
T&T Supermarket Inc.	Colombie-Britannique
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 quatrième année de son plan de redressement de cinq ans.

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. 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.

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 de technologie de l'information (« TI ») désuets, la société a néanmoins réussi à améliorer la performance 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 TI.

En 2009, la société a continué d'accentuer ses efforts dans le cadre de son plan de redressement en offrant de la valeur à ses clients, ses collègues et ses marchands. La société a continué d'améliorer la qualité des aliments frais présentés en magasins en appliquant les meilleures pratiques et en repassant en revue son assortiment de produits de manière à mieux répondre aux besoins des marchés locaux. Une meilleure tenue des magasins a conduit à des procédés améliorés de stockage, ce qui a considérablement accru la disponibilité des produits. En 2009, d'importants investissements ont été effectués pour les infrastructures de TI et de la chaîne d'approvisionnement afin de moderniser les systèmes de manière à accroître la capacité et à augmenter la productivité.

En 2010, la société concentrera ses efforts sur des activités de commercialisation pour attirer les consommateurs axés sur la valeur, sur la rentabilité accrue de ses produits de marques contrôlées, sur l'augmentation et l'homogénéité de ses produits de viande frais, sur la réduction des stocks et sur une exécution uniforme.

La réussite des mesures de redressement de la société demeure tributaire de la mise en œuvre efficace des changements apportés par la direction et de la concrétisation des avantages escomptés. Une gestion inefficace des changements pourrait avoir des conséquences néfastes sur les activités de la société ou encore compromettre sa capacité de modifier ou de mettre en œuvre et d'atteindre ses objectifs stratégiques à long terme. De plus, la centralisation de la société peut créer des synergies dans certains secteurs de l'entreprise, mais également accroître le risque de perdre de précieuses connaissances sur des marchés régionaux et pour diverses bannières. Tous ces facteurs pourraient avoir une incidence négative sur la performance de la société. La société pourrait ne pas toujours réaliser les économies ou autres avantages prévus au titre de ses initiatives.

Le lecteur est prié de consulter le rapport de gestion inclus dans le rapport annuel de 2009 de la société, lequel est intégré par renvoi, pour obtenir de plus amples renseignements sur les stratégies de la société.

Acquisition de T&T Supermarket

Le 28 septembre 2009, la société a annoncé que Loblaw Inc. avait conclu l'acquisition de T&T Supermarket Inc. (« T&T »). Cette acquisition permettra à la société d'accroître la gamme de produits ethniques qu'elle offre, afin de mieux répondre aux besoins de cet important secteur de cette clientèle canadienne dont le nombre ne cesse de croître, ainsi qu'à se positionner avantageusement en vue d'une croissance future sur le marché de l'alimentation ethnique.

T&T a commencé à exercer ses activités en 1993 et exploite actuellement 18 magasins en Colombie-Britannique, en Alberta et en Ontario. Elle possède quatre centres de distribution dont trois à Vancouver et un autre à Toronto. T&T offre un vaste assortiment de produits d'alimentation asiatique, l'accent étant mis sur les produits frais et prêts à consommer.

Chaîne d'approvisionnement

Au cours des dernières années, la société a continué à mettre l'accent sur les améliorations à apporter à sa 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 inauguré ou rénové trois centres de distribution, ce qui a accru sa capacité d'entreposage d'environ 800 000 pieds carrés. Dans l'ensemble, la disponibilité et le niveau de service se sont améliorés. Le coût d'entreposage dans chaque cas s'est amélioré et le niveau des stocks a diminué. De surcroît, la société a fait des progrès notables dans la mise en œuvre d'un nouveau système de gestion du transport et d'un système d'information de gestion d'entrepôt, qui seront menés à terme, respectivement, en 2010 et 2011. En 2010, la société ouvrira deux nouveaux centres de distribution et plusieurs autres seront rénovés.

Même s'il est prévu que ces changements doivent améliorer les services dans les magasins de la société, l'ampleur des changements envisagés et la mise en œuvre de nouveaux processus risquent de perturber les flux normaux de marchandises vers les magasins et de nuire ainsi au chiffre d'affaires.

Emploi et relations de travail

Les collègues œuvrant dans les magasins et les centres de distribution de la société sont pour la plupart syndiqués. 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. Plusieurs concurrents de la société ont recours à une main-d'œuvre non syndiquée. Ils peuvent donc bénéficier de coûts de main-d'œuvre moins élevés et de conditions d'exploitation plus favorables, ce qui complique la tâche pour la société quand vient le temps de rivaliser avec eux.

Au cours des trois dernières années, 207 conventions collectives ont été négociées avec succès. La société a procédé à de nombreuses négociations collectives en 2009, 59 conventions étant arrivées à échéance et 64 autres ayant été négociées avec succès.

En 2010, 73 conventions collectives représentant environ 35 000 collègues, dont la plus importante couvre à elle seule environ 13 700 collègues, viendront à échéance. La société poursuivra également les négociations portant sur 66 conventions collectives reportées depuis 2005 à 2009 inclusivement.

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. Même si l'équipe affectée aux relations de travail essaie de limiter les arrêts et les conflits de travail en procédant, s'il y a lieu, à des négociations rapides ou en retardant les négociations au cours des périodes de pointe, des arrêts ou ralentissements de travail demeurent possibles.

Le service des Ressources humaines, en collaboration avec la direction, élabore des plans d'action afin d'améliorer le sentiment d'appartenance des collègues. 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 collègues, 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 collègues en sollicitant, deux fois l'an, l'avis de plus de 100 000 de ses collègues par le truchement de son tout nouveau sondage « Dire les choses comme elles sont ».

En 2009, le service des Ressources humaines de la société a poursuivi ses activités dans le cadre de ses programmes visant à faire de Loblaw « un milieu de travail formidable ». Une attention particulière a été accordée au recrutement et au maintien en poste des collègues, au perfectionnement du personnel et à la planification de la relève. Ces efforts ont été couronnés de succès, car la société figure au palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada, des 90 meilleurs employeurs de la région du Grand Toronto et des dix meilleures entreprises, selon le Financial Post. De plus, la rotation de la main-d'œuvre affectée aux magasins a été réduite considérablement.

En 2010, le service des Ressources humaines de la société continuera à renforcer la culture de performance de l'entreprise, de manière à la rendre rapide et souple, ainsi qu'à s'assurer que les collègues sont axés sur les besoins de sa clientèle.

La mesure dans laquelle la société ne parvient pas à recruter et à conserver des personnes de valeur, à assurer le perfectionnement de ses collègues, à gérer la performance et à mettre en œuvre des processus adéquats de planification de la relève et des stratégies de maintien en poste du personnel pourrait entraîner des manquements au chapitre des connaissances, des compétences et de l'expérience fondamentales. Si ses mesures n'étaient pas fructueuses, la société pourrait être incapable de mettre en œuvre ses stratégies et de mener efficacement ses activités, et ses objectifs financiers pourraient en subir l'incidence défavorable.

Performance financière

De plus amples informations sur la performance financière de la société se trouvent dans le rapport de gestion. Ces informations sont intégrées par renvoi aux présentes et peuvent être consultées en ligne au www.sedar.com ou au www.loblaw.ca.

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 exploite trois formats de magasins, soit les magasins à grande surface, les magasins conventionnels et les magasins à escompte. Elle exploite également des 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 d'innover en matière 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 collègues face à l'engagement et au service. Onze magasins à grande surface ont été rénovés en 2008 afin d'en optimiser l'aménagement et d'améliorer l'expérience d'achat des clients. Dès la fin de l'exercice 2008, la société avait ouvert douze magasins *no frills* dans l'Ouest du Canada.

En 2009, la société a mis à profit les connaissances qu'elle avait acquises dans le cadre d'une série de projets-pilotes lancés avec succès en 2008 et qui avaient pour objet d'accroître la performance de chacune des bannières de ses détaillants. Dans l'Ouest, la société a rénové 26 magasins *Real Canadian Superstore*, a construit 2 magasins *no frills* et a procédé à la conversion de 5 magasins sous la bannière *Extra Food* en magasins *no frills*. Ces conversions ont été une réponse directe à la demande des consommateurs pour des produits de qualité sur certains marchés. Dans l'Est, la société a inauguré son premier magasin sous la bannière *no frills* à Shediac, au Nouveau-Brunswick. Au Québec, la société a réalisé un projet visant à convertir des magasins sous la bannière *Loblaw* en *Maxi & Cie*, a élargi la revalorisation des magasins conventionnels « Le Meilleur du marché » en magasins de la bannière *Loblaw* et a réalisé un projet de magasin à bannière *Provigo Marché en ville*. Ces conversions et améliorations ont contribué à optimiser l'aménagement et l'attribution de l'espace avec de nouvelles catégories prioritaires et une présentation visuelle des marchandises plus engageante.

En 2009, la société a rénové et rafraîchi plus de 200 magasins dont certains à l'aide de la méthode dite « Operation Shudder », qui consiste à fermer le magasin le jour de la semaine où les activités sont au plus bas de façon à réduire au minimum les interruptions pour exécuter les principaux travaux de rénovation et de modernisation, ce qui s'est traduit pour les clients à leur prochaine visite au magasin par une heureuse expérience d'achat. Compte tenu de l'efficacité et de la productivité accrues qui ont découlé des améliorations apportées à ces magasins, la société poursuivra son programme de renouveau des magasins

en 2010. Elle prévoit en outre augmenter la superficie au sol de ses magasins de plus d'un million de pieds carrés au cours des deux prochaines années.

La société continue à 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 à s'assurer 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, des 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, des produits de beauté et des vêtements. En vue d'appuyer le lancement de ces produits, la société a publié, en 2009, quatre numéros du journal *Trouvailles le Choix du Président* qui ont rejoint des millions de foyers partout au Canada, dont un *Trouvailles santé le Choix du Président*, un *Centre de jardinage* ainsi qu'un *Trouvailles estivales le Choix du Président* et un *Trouvailles des Fêtes le Choix du Président*. De plus, une version en ligne du journal *PC produit écologique Vert* a été publiée.

La société a été un chef de file en donnant une orientation « santé » et organique aux produits de ses marques contrôlées. La société offre une foule de produits biologiques certifiés dont plus de 300 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 2007, la société a poursuivi l'expansion de sa collection *Joe Style frais* en mettant 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 2009, la société a augmenté de 10 % la superficie supplémentaire dévolue à la vente au détail de ses magasins existants en Ontario, au Québec et dans les provinces de l'Atlantique pour sa collection de vêtements pour adultes comprenant des tenues de sport pour femmes, des vêtements de nuit et des sous-vêtements féminins, des vêtements pour hommes et des accessoires. La société a lancé également les produits de beauté, les lunettes de soleil et les bijoux *Joe Style frais* dans plus de 250 magasins choisis. Misant sur le succès des produits de beauté *Joe Style frais*, la société a présenté à l'automne de 2009 une gamme de produits novateurs *Joe Style frais* pour le bain. La société envisage en 2010 d'augmenter la taille de 26 rayons *Joe Style frais* et de mettre au point et de lancer de nouveaux produits sur le marché.

En 2008, la société a célébré le 25^e anniversaire du journal *Trouvailles des Fêtes le Choix du Président*. En 2009, elle a lancé 524 nouveaux produits *le Choix du Président*, en a amélioré 718 autres, a mis sur les tablettes 1 800 produits *le Choix du Président* présentés dans un nouvel emballage et a célébré le 25^e anniversaire de la marque *le Choix du Président*. La société entend faire porter toute son attention en 2010 sur l'accroissement de la rentabilité des produits de marques contrôlées.

En 2007, en 2008 et en 2009, 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.

Bien que des ententes contractuelles appropriées aient été conclues avec ces fournisseurs, la société n'a aucune influence directe sur la façon dont ces fournisseurs sont gérés. Il est possible que des événements négatifs qui frappent ces derniers se répercutent à leur tour négativement sur les activités et le rendement financier de la société. Des stratégies, politiques ou procédures de gestion inefficaces ou incomplètes des fournisseurs pourraient porter atteinte à la capacité de la société d'optimiser ses résultats financiers, de répondre aux besoins des clients ou de contrôler les coûts et la qualité.

Technologie de l'information

La société n'ayant pas suffisamment investi par le passé dans son infrastructure de TI, ses systèmes ont donc besoin d'une mise à niveau. En 2007, la société avait mis au point en matière de TI un plan stratégique visant à encadrer les nouveaux systèmes dont la société a besoin. En 2008, la société a entrepris la mise en œuvre de ce plan et elle a annoncé qui en seront les principaux fournisseurs. La société a également fait les premiers investissements en vue de l'acquisition des systèmes dont elle a besoin 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.

La société a récemment achevé la première année de la mise en application d'un système de planification des ressources de l'organisation (« PRO ») dans le but d'intégrer et de simplifier les systèmes des finances et du grand livre général de l'ensemble des magasins *Les Propriétés Loblaw limitée* et Services financiers *le Choix du Président*. La société prévoit mettre d'autres systèmes en application en 2010 afin de rationaliser ses activités de commercialisation et d'exploitation. Il s'agit de l'un des plus importants programmes d'infrastructure de TI jamais mis en œuvre par la société dont la réussite est cruciale pour les stratégies de croissance à long terme de la société. L'exécution de ce programme demandera beaucoup d'attention de la part de la société ainsi que des investissements considérables au cours des deux prochaines années.

Des risques associés à la gestion du changement et d'autres risques connexes découleront des différents projets qui seront entrepris pour effectuer la mise à niveau des systèmes existants et instaurer de nouveaux systèmes destinés à gérer efficacement les activités à l'avenir. Si la société ne parvenait pas à investir suffisamment dans sa TI ou à déployer en temps opportun et de manière efficace son infrastructure de TI, cela pourrait compromettre sa performance financière.

Tout bris ou panne d'importance de ces systèmes ou tout échec découlant du passage des systèmes existants aux nouveaux systèmes dans le cadre des mesures importantes d'installation de son infrastructure de TI pourrait porter atteinte à la réputation de la société, nuire à sa capacité d'exercer ses activités et compromettre son chiffre d'affaires ou sa performance financière. Si les renseignements fournis par les systèmes de TI sont inexacts, le risque de présenter de l'information erronée ou incomplète s'accroît en conséquence.

Toute défaillance des systèmes de sécurité de l'information de la société ou la non-conformité avec les normes établies en matière de sécurité de l'information, y compris celles en matière de protection des renseignements personnels concernant les clients de la société, pourrait nuire à la réputation ainsi qu'à la position concurrentielle de la société et avoir une incidence négative sur sa performance financière.

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 trois formats de magasins, soit les magasins à grande surface, les magasins conventionnels, les magasins à escompte. Elle exploite également des 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*, *T&T Supermarket* 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*, *Provigo* et *Votre Épicerie Indépendant*. Le réseau de magasins est soutenu par 27 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^{MD} 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*.

Divisions géographiques et bannières

Pour l'exercice terminé récemment, les activités d'exploitation de la société à l'échelle du Canada se répartissent comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés	Comptes indépendants	Entrepôts
Terre-Neuve-et-Labrador	13	8	31	103	1
Île-du-Prince-Édouard	4	4	8	45	–
Nouvelle-Écosse	34	15	21	303	2
Nouveau-Brunswick	21	22	19	124	2
Québec	221	23	184	493	4
Ontario	156	289	63	–	7
Manitoba	25	–	27	–	1
Saskatchewan	32	3	27	–	1
Alberta	58	18	7	–	3
Territoires du Nord-Ouest	2	–	–	–	–
Yukon	1	1	1	–	–
Colombie-Britannique	46	33	25	–	6
Total	613	416	413	1 068	27

* Marque de commerce utilisée sous licence.

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

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés
Magasins à grande surface			
<i>Atlantic Superstore</i>	53		
<i>Dominion*</i> (Terre-Neuve-et-Labrador)	12		
<i>The Real Canadian Superstore</i>	109		
Magasins conventionnels			
<i>Atlantic SaveEasy</i>		48	
<i>Fortinos</i>		20	
<i>Loblaws</i>	76		
<i>Provigo</i>	65	23	
<i>SuperValu</i>	2	5	15
<i>T&T Supermarket</i>	18		
<i>Valu-mart</i>		62	
<i>Votre Épiciers Indépendant</i>		53	
<i>Zehrs</i>	43		
Autres	2	7	398
Magasins à escompte			
<i>Extra Foods</i>	60	25	
<i>Maxi</i>	91		
<i>Maxi & Cie</i>	18		
<i>no frills</i>		173	
Points de vente en gros			
<i>Cash & Carry</i>	19		
<i>Presto</i>	11		
<i>The Real Canadian Wholesale Club</i>	34		
Total	613	416	413

* Marque de commerce utilisée sous licence.

À la fin de l'exercice 2009, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était, respectivement, de 62 300 pieds carrés et de 29 700 pieds carrés. La taille moyenne des magasins détenus par la société et celle des magasins franchisés a augmenté, respectivement, de 2,82 % et de 2,75 % 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 2009, après l'acquisition de T&T, la société détenait 72 % des terrains sur lesquels sont construits les magasins détenus par la société, 48 % des terrains sur lesquels sont construits 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 dans une large mesure libres de toute charge, la société ayant contracté des emprunts hypothécaires de seulement 98 millions de dollars sur un actif immobilisé total, y compris les terrains, ayant une valeur comptable nette d'environ 8,6 milliards de dollars à la fin de l'exercice 2009. La superficie totale des magasins détenus par la société et des magasins franchisés est, respectivement, d'environ 27,7 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 ou refuser ou ne pas être en mesure de payer 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 les frais d'administration et le fardeau administratif, ce qui pourrait nuire aux relations commerciales que la société entretient avec ses franchisés. Toute rupture des relations avec les franchisés pourrait avoir de fâcheuses conséquences qui pourraient se traduire par des poursuites judiciaires et des atteintes à la réputation.

Certains franchisés indépendants de la société obtiennent du financement par voie d'une structure mettant en jeu des fiducies indépendantes qui ont été mises sur pied pour consentir des prêts aux franchisés indépendants afin qu'ils puissent acheter plus facilement des stocks et des immobilisations, soit principalement des équipements et du matériel. Ces fiducies sont administrées par une grande banque à charte canadienne.

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, l'endettement élevé des ménages, 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 escompte, 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. La société subit également les pressions de la concurrence provenant autant de l'arrivée de nouveaux venus sur le marché que de l'expansion ou du regroupement des concurrents existants, en particulier ceux qui prennent de l'essor sur le marché de l'épicerie. Ces concurrents peuvent disposer de ressources considérables qui leur permettent de livrer à la société une concurrence efficace à long terme. Plusieurs d'entre eux ont recours à une main-d'œuvre non syndiquée. Ils peuvent donc bénéficier de coûts de main-d'œuvre moins élevés et de conditions d'exploitation plus favorables, ce qui complique la tâche pour la société quand vient le temps de rivaliser

avec eux. Une concurrence accrue pourrait empêcher la société d'atteindre ses objectifs. L'incapacité de la société à rivaliser efficacement avec ses concurrents actuels ou futurs pourrait se traduire notamment par une réduction de sa part de marché et de ses perspectives de croissance et aussi l'obliger à abaisser ses prix pour soutenir la concurrence.

Les concurrents pourraient de surcroît acquérir d'autres entreprises ou conclure des associations avec elles, ce qui aurait pour effet d'augmenter sinon leur part de marché du moins le niveau de la concurrence qu'ils livrent à la société. S'ils procédaient à des acquisitions ou contractaient des alliances d'importance, la société pourrait perdre des occasions d'accroître ses activités ou de conclure des partenariats sur le marché et, par conséquent, subir de fâcheuses conséquences.

La société suit de près sa part de marché et observe les marchés sur lesquels elle exerce ses activités de manière à ajuster ses stratégies qui consistent notamment à fermer des magasins moins rentables, à déménager certains magasins ou à convertir une bannière en une autre et à réviser et à ajuster les prix, les gammes de produits et les programmes de mise en marché. La position concurrentielle de la société et sa performance financière pourraient toutefois subir des contrecoups si les événements susmentionnés se produisaient.

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 à 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 santé et 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 et le Choix de nounours*.

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 d'avoir de manière abordable des conditions de vie saines et durables. Conformément à cet objectif, Loblaw offre ses gammes de produits *Menu bleu et PC Biologique*.

Une gamme d'articles de marchandise générale de marque contrôlée a été créée 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. Au cours des dernières années, la société a réduit et rationalisé sa gamme d'articles de marchandise générale tout en accroissant et en faisant valoir son offre de vêtements.

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*. Les marques de commerce *le Choix du Président* et *Joe Style frais* ont fait l'objet d'une publicité massive à la télévision, dans des revues importantes et sur Internet.

Au cours des derniers exercices, la société a misé davantage sur les projets de commercialisation, notamment en augmentant le budget connexe, en lançant des campagnes de mises en marché et de relations publiques à plus grand déploiement et en mettant plus d'accent sur le marketing événementiel.

La société assure aussi la promotion de ses produits et s'adresse de manière interactive aux consommateurs sur ses sites Web, comme www.PC.ca et www.joe.ca sur lesquels les consommateurs peuvent participer à des concours et évaluer et noter des produits alimentaires de même que se créer une garde-robe personnelle. La société a entrepris récemment de recourir à des sites de réseautage social pour la promotion de ses produits.

Services financiers le Choix du Président

La Banque *le Choix du Président*, offre la carte MasterCard^{MD} Services financiers *le Choix du Président* à l'échelle du Canada. Des fournisseurs indépendants se chargent des services de traitement des transactions par cartes de crédit et des services et du soutien des centres d'appels, ainsi que de certains processus opérationnels conformément aux stratégies de gestion des risques pour la carte MasterCard^{MD} Services financiers *le Choix du Président*.

La société offre également des produits et des services bancaires Services financiers *le Choix du Président* aux particuliers dans toutes les provinces, sauf le Québec, où ces services sont fournis par la division des services bancaires en direct d'une grande banque à charte canadienne.

La société offre, par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance PC Finance Inc., une assurance vétérinaire et une assurance voyage Services financiers *le Choix du Président*. 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. En février 2010, par l'intermédiaire de sa filiale PC Financial Insurance Broker Inc., la société a lancé un nouveau programme d'assurance habitation et automobile en Ontario et en Alberta.

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 franchises 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 tiers fournisseurs, 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.

La perte de valeur des marques de commerce de la société, soit à cause d'événements défavorables ou pour toute autre raison peut, au fil du temps, compromettre la demande des produits et services de la société ou porter atteinte à la réputation de celle-ci. La société s'efforce d'obtenir des protections adéquates dans le cadre des ententes qu'elle conclut avec des fournisseurs de produits à marques contrôlées et d'éléments de commercialisation. La société surveille et gère activement son portefeuille de marques de commerce. Malgré ces activités, toute incidence négative sur la valeur des marques de commerce de la société pourrait compromettre sa capacité à maintenir ou accroître son chiffre d'affaires et sa rentabilité actuels et futurs.

Technologie de l'information

La société utilise divers systèmes pour appuyer les principaux aspects fonctionnels de ses activités. L'équipe responsable de la 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. Celle-ci entreprend actuellement une importante révision générale de ses systèmes de TI, ainsi qu'il en est question ailleurs dans la présente notice annuelle.

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 le prélèvement 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 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*.

Toute défaillance des systèmes de sécurité de l'information de la société ou la non-conformité avec les normes établies en matière de sécurité de l'information, y compris celles en matière de protection des renseignements personnels concernant les clients de la société, pourrait nuire à la réputation ainsi qu'à la position concurrentielle de la société et 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 27 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.

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 activités afférentes à la trésorerie. La société n'est pas tributaire de ces activités.

Collègues

En date du 3 janvier 2010, l'effectif de la société et de ses franchisés comptait plus de 138 000 collègues à temps plein et à temps partiel. La majorité des collègues de la société œuvrant dans les magasins et centres de distribution sont syndiqués. Actuellement, les collègues syndiqués de la société sont visés par 367 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^{MD} 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, 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 vérifications 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 collègues 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. Dans le domaine de la santé et de la sécurité, la société s'est dotée d'une politique nationale ainsi que d'un plan quinquennal de réduction des blessures qui est administré par des comités de gestion de la sécurité à l'échelle de la direction générale et régionale.

La société dispose d'un important portefeuille immobilier et est exposée aux risques environnementaux liés à la contamination de ces biens immobiliers même si elle a été causée par les propriétaires ou les occupants antérieurs, les propriétés avoisinantes ou 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.

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 visant à définir 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.

Malgré ces efforts, des événements défavorables sur les plans de l'environnement, de la santé et de la sécurité pourraient nuire à la réputation et à la performance financière de la société. De plus, au cours des dernières années, les gouvernements provinciaux et les administrations municipales ont adopté des lois ou des règlements obligeant les propriétaires de marques et les importateurs à couvrir les coûts liés au recyclage et à la mise au rebut des emballages de produits de consommation. Cette tendance est de plus

en plus répandue et la société s'attend à ce que les coûts qu'elle devra engager en raison de ces nouvelles mesures augmenteront.

Responsabilité sociale

La société 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 annuel sur la responsabilité sociale de l'entreprise (le rapport sur la « 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 aide les collègues à demeurer sur la bonne voie et à rester motivés et que cela permet à d'autres de souscrire et de participer à ses efforts. La société voit ces échanges comme un moyen d'établir sa crédibilité et d'initier des changements positifs à grande échelle.

Loblaw publiera son troisième rapport sur la RSE en avril 2010.

Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage

La société est exposée à des risques liés à l'innocuité des aliments et à des défauts de fabrication des produits non alimentaires. Ces risques qui engagent sa responsabilité peuvent survenir à l'occasion de l'approvisionnement, de la distribution, de la préparation et de la présentation des produits, y compris l'élaboration et la fabrication des produits de marques contrôlées de la société. Une bonne partie du chiffre d'affaires de la société provient des produits alimentaires et la société pourrait donc se trouver en situation de vulnérabilité si un grave problème d'intoxication alimentaire ou d'autres problèmes de santé publique causés par des produits alimentaires devaient survenir. Un événement de cette nature pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière de la société. La traçabilité des produits jusqu'au consommateur peut influencer sur la capacité de la société d'être efficace en cas de rappel.

Un programme de rappel de produits a été mis en place pour gérer des événements de ce genre. Ce programme est conçu de manière à repérer les risques, inclut des procédures de communication claires avec les collègues et les consommateurs et vise à faire en sorte que les produits potentiellement dangereux soient rapidement retirés des stocks et ne puissent être vendus. La société applique des procédures et des programmes de formation 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 en vigueur pour l'approvisionnement, la distribution, la préparation et la présentation des produits alimentaires. De plus, elle s'efforce activement de sensibiliser les clients au sujet de la manipulation sécuritaire des aliments et des choix sains. La société accorde une attention toute particulière à l'utilisation d'un système de gestion de l'innocuité et de la qualité des aliments pour s'assurer que ses produits de marques contrôlées répondent aux exigences réglementaires et d'innocuité des aliments, aux besoins alimentaires ainsi qu'aux normes de qualité afin que les consommateurs qui, de nos jours, se soucient de leur santé puissent faire des choix éclairés. La capacité de ces programmes et 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 les risques sous-jacents et tout événement lié à ces enjeux risque d'entacher la réputation de la société et de compromettre sa performance financière.

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 déontologie

La société s'engage à gérer ses activités de façon convenable et responsable 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 collègues. De plus, la société a mis en place un Comité de déontologie et de conduite des affaires pour superviser le respect du code et traiter 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 collègues afin de signaler des irrégularités soupçonnées dans les pratiques comptables, les contrôles internes ou la vérification ou les comportements contraires à l'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

La société s'est engagée à établir un cadre qui fait en sorte que la gestion des risques fasse partie intégrante de ses activités. Elle a donc instauré un programme de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise de manière à assurer sa croissance et sa réussite de manière continue. Ce programme vise à aider tous les secteurs de l'entreprise à atteindre les objectifs stratégiques que la société s'est fixés en mettant à leur disposition une approche systématique, une méthodologie et des outils qui leur permettent d'évaluer et d'améliorer l'efficacité de la gestion et du contrôle des risques. Les résultats obtenus dans le cadre de ce programme ainsi que dans d'autres processus de planification des activités de la société serviront à établir l'ordre de priorité des activités de gestion des risques, à répartir efficacement les ressources et à élaborer un plan de vérification interne axé sur les risques.

La société repère et gère ses risques conformément à sa vision, sa mission et ses buts pour atteindre ses objectifs stratégiques. Le programme de gestion des risques n'a pas pour objet d'éliminer les risques; ceux-ci sont plutôt repérés et gérés selon la tolérance aux risques. Ce programme est conçu de manière à :

- promouvoir une sensibilisation culturelle de la gestion des risques et de la conformité au sein de la société pour favoriser une prise responsable des risques;
- contribuer à la gouvernance d'entreprise en offrant une vue d'ensemble des risques auxquels la société est exposée de même qu'un aperçu de la manière dont ils sont repérés, évalués, mesurés et contrôlés;
- s'assurer que les ressources sont acquises de manière économique, utilisées efficacement et adéquatement protégées;
- permettre à la société de se concentrer sur ses principaux risques dans le processus de planification de ses activités et d'optimiser sa performance financière grâce à une gestion responsable des risques.

Le conseil d'administration a approuvé une politique de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise qui précise l'objet, les objectifs, les rôles et les responsabilités dans le cadre du programme de gestion des risques.

Une évaluation annuelle du programme de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise est effectuée pour repérer les risques liés aux finances, à l'exploitation et à la réputation qui sont susceptibles d'influer sur la société. Ce programme de gestion des risques se fonde essentiellement sur des entrevues avec des membres de la haute direction et sur les évaluations qu'ils font de ces risques. Ces risques sont évalués selon la probabilité et l'incidence que le risque sous-jacent pourrait avoir sur la capacité de la société d'appliquer ses stratégies et d'atteindre ses objectifs. Chaque trimestre, la direction soumet au Comité de vérification une mise à jour sur le programme de gestion des risques dans laquelle elle indique si la probabilité et l'incidence éventuelle des dix risques les plus importants augmentent, diminuent ou demeurent inchangées par rapport à celles du trimestre précédent. Le Comité de vérification attribue la responsabilité de la surveillance de la gestion de chacun des risques soit au conseil d'administration tout entier, soit à un comité du conseil. Au moins une fois l'an, les propriétaires d'entreprises concernés font un compte rendu soit au comité du conseil, soit au conseil d'administration tout entier sur leurs activités de gestion des risques au cours de l'exercice précédent.

Le conseil coordonne le processus de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise, atteste l'existence de l'ensemble des risques repérés et autorise l'établissement des priorités des risques. Dans le cours normal des activités, la société est exposée à des risques financiers et de marché qui peuvent avoir une incidence négative sur sa performance financière. C'est pourquoi elle exerce ses activités selon des politiques et des lignes de conduite régissant sa gestion du financement, de l'investissement, du capital, des marchandises ainsi que des taux de change et d'intérêt. Ces lignes directrices interdisent de recourir à des instruments dérivés financiers à des fins de négociation ou de spéculation.

Certains risques liés à l'exploitation, aux finances et à la réputation de même que certaines stratégies de gestion des risques qui sont désignés par la direction sont exposés dans la présente notice annuelle, tandis que d'autres risques sont présentés à la rubrique sur les risques et la gestion des risques du rapport de gestion inclus dans le rapport annuel 2009 de la société, lequel est intégré par renvoi aux présentes. N'importe lequel de ces risques peut avoir une incidence négative sur la performance financière. La société s'est dotée de stratégies de gestion des risques, y compris des programmes d'assurance, qui ont pour objet de réduire l'incidence éventuelle de ces risques. Même si la société applique ces stratégies dans le but de réduire ces risques au minimum, tel qu'il est traité en partie dans la présente notice annuelle et dans le rapport de gestion, ces stratégies ne garantissent d'aucune manière que les risques en cause seront réduits ou ne se concrétiseront pas, ni qu'un événement ou une circonstance pouvant avoir une incidence négative sur la situation ou la performance financière de la société ne se produira pas.

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 d'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 2 janvier 2010, le nombre des actions ordinaires émises et en circulation de la société s'établissait à 276 188 258. 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 prend rang après les actions privilégiées de premier rang quant au versement de dividendes et pourront avoir priorité de rang sur les actions ordinaires ou toute autre action dont le rang est inférieur aux actions privilégiées de premier rang suivant les modalités établies par les séries respectives dont l'émission est autorisée. Les actions privilégiées de premier rang de chaque série prennent rang égal avec les actions privilégiées de premier rang de chacune des autres séries à l'égard de la priorité du versement des dividendes et la distribution des actifs lors d'une liquidation ou d'une dissolution volontaire ou forcée de la société, et les actions privilégiées de premier rang de n'importe quelle série sont susceptibles d'être rachetées. 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) le versement prioritaire des actifs de la société advenant la liquidation ou la dissolution 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 2 janvier 2010, 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 négociées sous les symboles, respectivement, « L » et « L.PR.A ». Les cours extrêmes 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 2010 étaient les suivants :

ACTIONS ORDINAIRES

<u>Mois</u>	<u>Haut</u> (en dollars par action)	<u>Bas</u> (en dollars par action)	<u>Volume moyen</u> <u>quotidien</u> <u>par mois</u> (en actions)
Janvier	37,57	34,19	383 689
Février	35,00	29,83	388 534
Mars	32,77	28,83	392 808
Avril	33,44	30,12	450 044
Mai	36,90	31,50	427 251
Juin	36,52	34,00	402 551
Juillet	36,17	32,49	318 038
Août	34,80	31,77	363 649
Septembre	33,55	31,20	390 286
Octobre	32,00	29,80	300 156
Novembre	33,20	29,72	580 598
Décembre	34,19	32,31	355 505

ACTIONS PRIVILÉGIÉES DE DEUXIÈME RANG, SÉRIE A

<u>Mois</u>	<u>Haut</u> (en dollars par action)	<u>Bas</u> (en dollars par action)	<u>Volume moyen</u> <u>quotidien</u> <u>par mois</u> (en actions)
Janvier	24,00	23,10	12 649
Février	24,00	23,50	15 963
Mars	24,45	23,65	10 334
Avril	25,40	24,06	17 212
Mai	25,95	25,20	24 194
Juin	25,89	25,60	12 828
Juillet	26,60	25,60	6 817
Août	27,44	26,40	8 164
Septembre	26,99	26,60	14 448
Octobre	27,00	26,40	14 690
Novembre	27,12	26,80	8 766
Décembre	27,15	26,90	22 764

Les billets à moyen terme (les « BMT ») de Les Compagnies Loblaw limitée ne sont ni négociés ni cotés sur une bourse reconnue. Au cours du deuxième trimestre de 2009, la société a émis des billets à moyen terme non garantis, série 2-A d'un montant en capital de 350 millions de dollars aux termes de son programme de billets à moyen terme, série 2. Les billets série 2-A sont assortis d'un taux d'intérêt semestriel fixe de 4,85 % à compter du 8 novembre 2009, jusqu'à l'échéance, le 8 mai 2014, sous réserve de certaines clauses restrictives.

Cotes de crédit

En 2009, Dominion Bond Rating Service (« DBRS ») et Standard & Poor's (« S&P ») ont modifié leurs tendances et perspectives générales pour les faire passer dans chaque cas à « stable » au lieu de « négative ».

Au 18 février 2010, les cotes de crédit de Les Compagnies Loblaw limitée relativement à ses valeurs mobilières se présentaient comme suit :

	<u>Dominion Bond Rating Service</u>		<u>Standard & Poor's</u>	
	<u>Cote</u>	<u>Tendance</u>	<u>Cote</u>	<u>Perspective</u>
Papier commercial	R-2 (moyen)	Stable	A-2	Stable
Billets à moyen terme	BBB	Stable	BBB	Stable
Actions privilégiées	Pfd-3	Stable	P-3 (élevé)	Stable
Autres billets et débetures	BBB	Stable	BBB	Stable

Les agences de notation ont établi les cotes de crédit à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes à Les Compagnies Loblaw limitée. Ces cotes de crédit ont pour but de donner une indication du risque que Les Compagnies Loblaw limitée ne s'acquitte pas de ses obligations en temps opportun. Les cotes de crédit ne traduisent pas nécessairement l'incidence éventuelle de tous les risques sur la valeur des titres. Elles ne représentent pas une recommandation d'acquérir, de vendre ou de conserver les titres et peuvent 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 :

Dominion Bond Rating Service

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 tendances de cotes de crédit 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 les possibilités que la cote change sont plus nombreuses 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.

Standard & Poor's

Papier commercial

Les cotes canadiennes de Standard & Poor's 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 du débiteur de l'obligation de respecter ses engagements financiers au titre des obligations tout en étant plus sensible aux mouvements et aux conditions économiques que les obligations cotées 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 Standard & Poor's.

Dettes à long terme (BMT, autres billets et débetures)

Les cotes de crédit attribuées aux instruments à long terme de Standard & Poor's 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 Standard & Poor's 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 Standard & Poor's 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 le débiteur de l'obligation 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. Les actions privilégiées de deuxième rang, série A, confèrent à leurs porteurs le droit de toucher un dividende en espèces privilégié cumulatif de 1,4875 \$ l'action par année payable trimestriellement, s'il est déclaré.

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>2009</u>	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,84 \$	0,84 \$	0,84 \$
Dividendes déclarés par action privilégiée de deuxième rang, série A	1,49 \$	0,91 \$	—

Postérieurement à la fin de l'exercice 2009, le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 0,21 \$ l'action ordinaire, payable le 1^{er} avril 2010, ainsi qu'un dividende trimestriel de 0,37 \$ l'action privilégiée de deuxième rang, série A, payable le 30 avril 2010.

ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

La liste suivante des administrateurs et membres de la direction est à jour en date du 12 mars 2010.

Administrateurs

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
Galen G. Weston ¹ (Ontario) Canada	Président exécutif du conseil de la société	2006
Allan L. Leighton ¹ (Ontario) Canada	Vice-président du conseil et président de la société et vice-président du conseil de George Weston limitée	2006
Stephen E. Bachand ³ (Floride) États-Unis	Administrateur de sociétés	2009
Paul M. Beeston, C.M. ^{2,3} (Ontario) Canada	Chef de la direction de Toronto Blue Jays Baseball Club	2005
Paviter S. Binning ² (Ontario) Canada	Vice-président exécutif et chef de la direction financière, Corporation Nortel Networks	2009
Gordon A.M. Currie ⁴ (Ontario) Canada	Vice-président exécutif et chef des services juridiques de la société et de George Weston limitée	2006
Camilla H. Dalglish ⁵ (Ontario) Canada	Administratrice de sociétés	1991
Anthony S. Fell, O.C. ^{3*, 4*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2001
Anthony R. Graham ^{1, 3, 4} (Ontario) Canada	Président de Wittington Investments, Limited, 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. ^{3, 5*} (Ontario) Canada	Directrice générale de Frum Development Group, société de promotion immobilière	2005
Pierre Michaud, C.M. ⁵ (Québec) Canada	Vice-président du conseil, Banque Laurentienne du Canada	1999
Thomas C. O'Neill ^{2*} (Ontario) Canada	Président du conseil d'administration de BCE Inc. et de Bell Canada	2003

Administrateurs

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
Karen Radford ⁵ (Québec) Canada	Vice-présidente à la direction et présidente, TELUS Québec et TELUS Solutions partenaires	2008
John D. Wetmore ^{2,4} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2006

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

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>
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 et chef des services juridiques
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, Exploitation centrale
Barry K. Columb (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Services financiers
Roy R. Conliffe (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Relations de travail

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

Sarah R. Davis
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Finances

Grant B. Froese
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif
Mise en marché

Louise Lacchin
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Finances

S. Jane Marshall
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Services immobiliers et Projets spéciaux

Judy McCrie
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Ressources humaines

Calvin McDonald
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Marketing, Gestion des relations avec la clientèle et
Les Marques Loblaw limitée

Peter K. McMahon
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Chaîne d'approvisionnement

Arnu Misra
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Exploitation nationale des magasins

Vince Scorniaenchi
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Fortinos et développement des produits frais

Garry Senecal
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Épicerie, *no frills*

Robert A. Balcom
(Ontario) Canada

Vice-président principal
Secrétaire

Gordon Chem
(Colombie-Britannique) Canada

Vice-président principal,
Marché de l'Ouest

Manny J. DiFilippo
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Gestion des risques et initiatives stratégiques

J. Bradley Holland
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Fiscalité

Andrew Iacobucci
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Pharmacie, HBC & Optical

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

Philip McNeill
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Marché de l'Atlantique

Lucy J. Paglione
(Ontario) Canada

Vice-présidente principale,
Retraite et avantages sociaux

Evangelia (Litsa) Popowich
(Ontario) Canada

Vice-présidente principale,
Contrôleure

Jeremy Roberts
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Finance

Timothy J. Scott
(Ontario) Canada

Vice-président principal
Vérification interne et conformité au contrôle interne

Geoffrey H. Wilson
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Services partagés

Collectivement, les administrateurs et membres de la haute direction de la société détiennent environ 0,16 % 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 : M. Allan Leighton qui était président du conseil d'administration de Royal Mail Group; M. Roland Boudreau qui était vice-président principal, Opérations, A&P Canada et, auparavant, vice-président principal, Opérations, Wal-Mart Canada; Mme Sarah R. Davis qui était vice-présidente et contrôleure, Rogers Communication 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; Mme Judy McCrie qui était vice-présidente et directrice générale, Laiterie Neilson; M. Peter K. McMahan qui était cadre dirigeant de Wal-Mart Europe; Mme Litsa Popowich qui était vice-présidente, Gestion des risques, de Fairmont Raffles Hotels International et, auparavant, vice-présidente, Sarbanes Oxley, de Corporation Nortel Networks; M. Arnu Misra qui était chef de la direction de Cannons Health & Fitness Group; 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; M. Jeremy Roberts, qui a occupé le poste de chef des services financiers et d'autres postes de haut dirigeant en finances de World Color Press Inc. (auparavant, Quebecor World Inc.); M. Vince Scorniaenchi, qui était président de Medica One Ltd. et M. John D. Wetmore qui était vice-président, Contact Centre Development, IBM Americas et, auparavant, président et chef de la direction, IBM Canada.

M. Bachand était administrateur de Krystal Bond Inc. lorsqu'il a fait l'objet d'une interdiction d'opérations sur valeurs le 12 avril 2002 pour avoir omis de déposer des états financiers. M. Bachand n'est plus administrateur de Krystal Bond Inc.

En novembre 2007, M. Binning avait été nommé chef de la direction financière de Corporation Nortel Networks. Le 14 janvier 2009, Corporation Nortel Networks a demandé la protection des tribunaux contre

ses créanciers conformément aux dispositions de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies au Canada*. Parallèlement, certaines filiales de Corporation Nortel Networks ont présenté des demandes volontaires aux États-Unis aux termes du chapitre 11 du *Bankruptcy Code* des États-Unis et dans d'autres pays aux termes de régimes de réorganisation équivalents.

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 États-Unis et de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies (LACC)* a été déposée en juin 1999. La société The Loewen Group Inc. s'est libérée des procédures aux termes du chapitre 11 et de la LACC 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 LACC en janvier 2004, puis s'est libérée des procédures le 31 mars 2006, date à laquelle M. Lacey a quitté son poste au sein du conseil.

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

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

ACTIONS EN JUSTICE

La société peut faire l'objet de diverses poursuites et réclamations dans le cours normal de ses activités. L'issue de ces poursuites et réclamations demeure incertaine. Cependant, compte tenu de l'information à sa disposition à ce jour, la société ne prévoit pas que ces poursuites et réclamations, prises individuellement ou collectivement, auront une incidence importante sur ses activités.

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 16 millions de dollars en 2009. 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'Institut 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 12 mars 2010, 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 possèdent des compétences financières (au sens attribué à l'expression dans le *Règlement 52-110* des Autorités canadiennes en valeurs mobilières) et leurs antécédents professionnels et en matière de formation en rapport à leur rôle à titre de membre du Comité de vérification se présentent comme suit :

M. Beeston, FCA, chef de la direction de Toronto Blue Jays Baseball Club, 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. Binning est vice-président exécutif, chef de la direction financière et directeur de la restructuration de Corporation Nortel Networks. Il est fellow du Chartered Institute of Management Accountants du Royaume-Uni.

M. O'Neill, FCA, était auparavant président du conseil 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 et chef de la direction 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 et à la préparation des états financiers de la société et pour autres services rendus au cours des exercices 2009 et 2008 se répartit comme suit :

	2009	2008
	Réel	Réel
	(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)
Honoraires de vérification ¹⁾	2 399	2 326
Honoraires pour services afférents à la vérification ²⁾	1 918	1 965
Tous les autres honoraires ³⁾	38	26
Total des honoraires	4 355	4 317

- ¹⁾ Les honoraires de vérification incluent les honoraires pour services rendus à l'occasion de la vérification des états financiers consolidés de la société.
- ²⁾ Les honoraires pour services afférents à la vérification incluent la certification et les services afférents qui sont effectués par le vérificateur de la société. Ces services incluent l'examen des résultats trimestriels communiqués aux actionnaires, 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.
- ³⁾ Autres honoraires pour services liés à la gestion des risques, au contrôle interne/à la conformité, au respect 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 des actionnaires qui se tiendra le 5 mai 2010. 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 au 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.

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 a adopté et approuvé 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 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 désigner le vérificateur en vue de sa nomination par les actionnaires ou, le cas échéant, de la reconduction de son mandat par les actionnaires;
- 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) et 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 et de la collaboration de la direction et sa réactivité aux questions que soulèvent pareils travaux.

(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 l'incidence de la taille, complexité et situation financière de la

société sur le plan du déroulement de l'audit 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 (qui incluent les normes internationales d'information financière, IFRS).

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 droit des valeurs mobilières.

(m) Examen du service d'audit interne

Le comité de vérification examine le mandat du service d'audit interne, le budget, la planification des activités et la structure organisationnelle du service d'audit interne pour s'assurer qu'il est indépendant de la direction et qu'il 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 selon les exigences de la législation ou des règles de bourses de valeurs mobilières qui s'appliquent. 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 téléphonique Réponses en matière d'éthique de la société ou d'une autre façon.

(q) Gestion du risque d'entreprise

Le comité de vérification examine le programme de gestion du risque d'entreprise de la société, y compris ses politiques et mécanismes en matière d'identification et d'évaluation du risque et de gestion du risque de la société. Le comité de vérification reçoit, à intervalle régulier, des rapports du service d'audit interne et le président du comité de vérification présente périodiquement un rapport au conseil sur toute problématique d'importance soulevée par le programme de gestion du risque d'entreprise.

(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 et d'employés exerçant une profession auprès du vérificateur externe actuel et des vérificateurs externes antérieurs 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 de vérification examine et approuve annuellement les procédures de la société en matière de plaintes concernant la comptabilité, l'audit et les contrôles internes. 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 en matière 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;
- la gestion du risque identifié dans le cadre du programme de gestion du risque d'entreprise; 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.