

Loblaw^{MD}

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2010

Le 24 février 2011

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2010

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|-----------|
| ÉNONCÉS PROSPECTIFS | 3 |
| STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ | 4 |
| Constitution en société..... | 4 |
| Relations intersociétés | 5 |
| APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ | 6 |
| Plan de transformation | 6 |
| Produits et services | 7 |
| Programme de marques contrôlées | 8 |
| Chaîne d'approvisionnement | 10 |
| Emploi et relations de travail | 10 |
| Performance financière | 12 |
| Technologie de l'information | 12 |
| Acquisition de T&T Supermarket..... | 13 |
| DESCRIPTION DES ACTIVITÉS | 14 |
| Activités de la société | 14 |
| Divisions géographiques et bannières..... | 15 |
| Situation concurrentielle | 17 |
| Clients | 17 |
| Produits et services | 17 |
| Propriété intellectuelle | 20 |
| Technologie de l'information | 21 |
| Chaîne d'approvisionnement | 21 |
| Caractère saisonnier des activités de la société..... | 22 |
| Activités à l'étranger..... | 22 |
| Collègues..... | 22 |
| Crédit..... | 22 |
| Environnement, santé et sécurité au travail | 22 |
| Responsabilité sociale..... | 23 |
| Sécurité des aliments, santé publique et étiquetage | 24 |
| Protection de la vie privée et déontologie..... | 24 |
| Risques et gestion des risques..... | 25 |

| | |
|---|-----------|
| STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION | |
| DES TITRES | 27 |
| Capital-actions | 27 |
| Volume et cours des actions | 27 |
| Cotes de solvabilité | 30 |
| DIVIDENDES | 32 |
| ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION..... | 34 |
| ACTIONS EN JUSTICE..... | 38 |
| CONTRATS IMPORTANTS | 38 |
| AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE | |
| DES REGISTRES..... | 38 |
| EXPERTS | 38 |
| COMITÉ D’AUDIT | 39 |
| HONORAIRES D’AUDIT EXTERNE..... | 39 |
| INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES | 40 |
| ANNEXE A – CHARTE EXPOSANT LE MANDAT DU COMITÉ D’AUDIT | |

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. Ces énoncés prospectifs se reconnaissent généralement à l'emploi de mots ou d'expressions comme « anticiper », « s'attendre à », « croire », « pouvoir », « estimer », « objectif », « avoir l'intention de », « prévoir », « chercher à », « faire », « devoir » et autres expressions semblables, conjugués au présent, au conditionnel ou au futur, lorsqu'ils se rapportent à la société et à sa direction, et ont pour but de signaler des énoncés prospectifs. Ces énoncés prospectifs ne constituent pas des faits historiques, mais reflètent plutôt les attentes actuelles de la société quant aux résultats et aux événements futurs.

Ces énoncés prospectifs sont assujettis à divers risques et incertitudes en conséquence desquels les résultats ou les événements réels pourraient différer sensiblement des attentes actuelles, notamment :

- la possibilité que les plans de la société ne se concrétisent pas et que ses objectifs ne se réalisent pas;
- l'évolution de la conjoncture économique, notamment des taux d'inflation ou de déflation et les variations des taux d'intérêt et des taux de change;
- 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;
- l'incapacité de réaliser une croissance du chiffre d'affaires ainsi que les économies et l'efficacité opérationnelle prévues résultant des initiatives importantes de la société, notamment ses investissements dans les systèmes informatiques, la chaîne d'approvisionnement et d'autres mesures de compression des coûts ou les résultats imprévus associés à la mise en œuvre de ces initiatives;
- l'augmentation des coûts liés aux services publics, notamment, à l'électricité et au carburant;
- l'incapacité de la société à mettre en œuvre fructueusement les volets de son plan touchant l'infrastructure et les technologies de l'information;
- l'incapacité de l'infrastructure informatique à soutenir les besoins de la société;
- l'incapacité de la société à gérer les stocks de manière à atténuer l'incidence des problèmes liés aux stocks désuets ou excédentaires et contrôler les pertes;
- l'incapacité à mener à bien les projets importants en temps opportun, notamment le lancement de produits novateurs et reformulés ou la rénovation et l'ouverture de magasins;
- l'incapacité de la chaîne d'approvisionnement à répondre aux besoins des magasins de la société;
- l'incapacité d'obtenir les résultats souhaités au cours des négociations collectives, y compris les modalités des conventions collectives futures, ce qui pourrait entraîner des arrêts de travail;
- les modifications des cadres législatif et réglementaire dans lequel la société exerce ses activités et l'incapacité de respecter ces cadres, y compris l'incapacité de respecter les lois et règlements sur l'environnement;
- l'adoption de nouvelles normes comptables et les changements dans l'utilisation des estimations comptables de la société;
- les fluctuations du bénéfice de la société par suite de la variation de la valeur de la rémunération à base d'actions et des contrats à terme sur capitaux propres relatifs à ses actions ordinaires;
- les changements dans les montants à payer au titre des impôts sur le bénéfice, des taxes sur les produits et services et des autres passifs d'impôts de la société, ce qui comprend des modifications des lois fiscales ou des cotisations futures;
- la dépendance envers certains prestataires de services indépendants, notamment ceux fournissant des services liés à la chaîne d'approvisionnement et aux gammes de vêtements de la société, de même que leur fidélisation;

- les événements touchant la santé publique, notamment ceux liés à la sécurité des aliments;
- 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;
- l'incapacité de la société de tenir une documentation appropriée afin de soutenir sa conformité aux règles, règlements et politiques comptables, fiscales et juridiques applicables.

Ces risques ainsi que d'autres risques et incertitudes sont présentés dans les documents que la société dépose auprès des autorités canadiennes en valeurs mobilières, y compris à la rubrique portant sur les risques d'entreprise et la gestion des risques du rapport de gestion inclus dans le rapport annuel 2010 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.

De plus, 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 24 février 2011. Tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.

STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

Constitution en société

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

Relations intersociétés

Les Compagnies Loblaw limitée est une société de portefeuille qui exerce ses activités par l'entremise de ses filiales. Le tableau qui suit dresse la liste des filiales de la société qui exercent les principales activités de la société. La société détient directement ou indirectement 100 % des titres avec 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 |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Glenhuron Bank Limited | Barbade |
| Loblaw Alberta Inc. | Alberta |
| Loblaw Financial Holdings Inc. | Ontario |
| Les Propriétés Loblaw limitée | Ontario |
| Loblaw Properties West Inc. | Canada |
| Loblaws Inc. | Ontario |
| PGV Acquisition Inc. | Québec |
| Banque le Choix du Président | Canada |
| Provigo Distribution Inc. | Québec |
| T&T Supermarket Inc. | Colombie-Britannique |

APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ

Plan de transformation

La société en est à la cinquième année de son plan de redressement de cinq ans. En 2007, 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 fait des progrès à l'égard de 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'efficacité opérationnelle. Bien qu'elle doive encore composer avec des processus complexes et des systèmes de technologie de l'information (les « 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 progressé encore davantage 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 est demeurée concentrée sur la maximisation de sa performance au quotidien tout en consolidant ses assises pour assurer son succès à long terme. La société a continué d'investir dans sa chaîne d'approvisionnement et dans ses infrastructures de TI. Certains systèmes ont commencé à être implantés et des avantages en ont découlé, tandis que le programme de transformation en cours du réseau de magasins a amélioré l'expérience client dans toute une gamme de bannières et de marchés. Des progrès importants ont été réalisés au chapitre de l'élargissement de l'offre de produits frais par la société, de l'accroissement de la rentabilité des produits de marques contrôlées de la société, de l'augmentation de la productivité opérationnelle et de l'amélioration de la gestion des stocks.

En 2011, la société entend continuer à mettre l'accent sur l'uniformisation de l'exécution, en offrant des produits novateurs et une plus-value à ses clients, et en bâtissant le réseau d'infrastructures nécessaires. La transformation du réseau de magasins et les projets visant à améliorer les marques sous étiquette contrôlée, l'ensemble de la gamme de marchandises offertes et la rentabilité se poursuivront. La société continuera de déployer ses systèmes de TI clés, y compris de nouvelles mises à niveau de sa chaîne d'approvisionnement et de son progiciel de gestion intégré (le « PGI »). En 2011, les principaux objectifs de la mise en œuvre du PGI consisteront à implanter le nouveau système pour soutenir les activités de mise en marché et à s'assurer de l'intégrité des données tout au long du processus de conversion. La

société continuera d'améliorer le service à la clientèle et de clarifier ses propositions de valeur tout en s'adaptant à une nouvelle structure organisationnelle reposant sur ses divisions Conventionnel et Escompte et Grande surface. La société cherchera également à tabler sur les occasions qui se présentent dans les secteurs du vêtement, des services financiers et des soins de santé et à améliorer son offre à la population multiculturelle en plein essor du Canada.

Des mesures importantes sont en cours ou sont planifiées en vue de soutenir le plan de transformation de la société. Ces mesures comprennent l'exécution du plan stratégique des TI et des changements organisationnels courants. La réussite de ces mesures est tributaire de l'obtention des résultats escomptés par la direction et de l'exécution efficace des processus connexes. Pour opérer la gestion du changement au sein de l'organisation, la société a mis sur pied une équipe de soutien à la réalisation des principaux projets de changement. Une équipe formée de collègues a été désignée pour se pencher sur les activités liées à la gestion du changement, principalement l'intégration des processus opérationnels et des changements de systèmes, en se concentrant sur la communication, la formation et d'autres événements liés au changement en soutien aux principales mesures de changement entreprises par la société.

Une mauvaise gestion du changement, notamment par des collègues inexpérimentés, pourrait perturber l'exploitation de la société ou porter atteinte à sa capacité de mettre en œuvre ses objectifs stratégiques à long terme et de les atteindre. Cela pourrait résulter d'un manque de clarté dans la définition des responsabilités, ou d'un manque de communication, de formation ou de connaissances, lesquels pourraient amener les collègues à agir à l'encontre des objectifs de la société. L'incapacité à mettre à exécution adéquatement les différents processus peut accroître le risque de mécontentement de la clientèle, ce qui pourrait nuire à la réputation, à l'exploitation et à la performance financière de la société. L'incapacité à intégrer adéquatement et en temps utile plusieurs grands projets complexes pourrait être néfaste pour les activités de la société. Si les collègues ne parvenaient pas à concevoir et exécuter de nouveaux rôles, processus et routines, il est possible que la société ne soit pas toujours en mesure de réaliser les économies de coûts et les autres avantages attendus de ses projets.

Le lecteur est prié de consulter le rapport de gestion inclus dans le rapport annuel de 2010, lequel est intégré par renvoi, pour obtenir de plus amples renseignements sur les stratégies de la société.

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 types de magasins, soit les magasins conventionnels, les magasins à escompte et les magasins à grande surface.

La société a conçu des stratégies de mise en marché pour chacun des types de magasins, s'appuyant sur les préférences des clients, divers facteurs concurrentiels et les occasions présentées par le marché. En 2008, dans la région du Grand Toronto, le programme « Le Meilleur du marché » visant les magasins de la bannière *Loblaw 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. En 2008, 11 magasins à grande surface ont été rénovés afin d'en optimiser l'aménagement et d'améliorer l'expérience d'achat des clients. Dès la clôture de l'exercice 2008, la société avait ouvert 12 magasins *nofrills* 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*

Superstores, a construit deux magasins *nofrills* et a procédé à la conversion de cinq magasins de la bannière *Extra Food* en magasins *nofrills*. 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 *nofrills* à Shediac, au Nouveau-Brunswick. Au Québec, la société a réalisé un projet visant à convertir des magasins sous la bannière *Loblaws* 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 *Provigo Marché de 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 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 rénovations et la modernisation, ce qui s'est traduit pour les clients à leur prochaine visite au magasin par une heureuse expérience d'achat.

En 2010, la société a continué d'améliorer son réseau de magasins, rajeunissant plus de 200 de ses magasins dans le cadre de son programme de revitalisation et procédant notamment à d'importants travaux de rénovation de 160 d'entre eux. L'expansion de la bannière *nofrills* s'est poursuivie dans l'Ouest canadien avec neuf nouveaux magasins et 16 magasins *Real Canadian Superstores* ayant été rénovés afin d'offrir une meilleure expérience de magasinage aux clients. Au Québec, la société a procédé à la mise sous franchise de 25 magasins *Provigo* et a effectué le repositionnement de 110 magasins *Maxi* et *Maxi & Cie* au moyen de l'offre d'une gamme améliorée de produits axés sur la satisfaction des besoins des clients et l'augmentation des volumes. En Ontario, 16 magasins *Zehrs* et sept magasins *Fortinos* ont été rénovés pour intégrer des éléments de la fructueuse initiative des magasins conventionnels. Dans le Canada atlantique, le réseau de magasins *nofrills* s'est agrandi et compte maintenant sept magasins.

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 en s'assurant que son offre d'articles de marchandise générale complète bien le principal secteur d'activité de la société, soit l'alimentation. D'autres produits et services offerts par la société sont décrits plus loin. De plus, par l'intermédiaire de certains de ses magasins et de magasins franchisés, la société offre des postes d'essence, de services de laboratoire photographique, des produits et des services optiques et des cliniques médicales.

Programme de marques contrôlées

La société propose un programme soutenu et novateur de marques contrôlées tant dans le secteur de l'alimentation que dans celui des articles ménagers courants, ce qui contribue à assurer des prix concurrentiels et à fidéliser la clientèle. Depuis trois ans, la société a ajouté 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 2010, quatre numéros du journal *Trouvailles le Choix du Président*, 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*, qui ont rejoint des millions de foyers partout au Canada.

La société a été un chef de file en donnant une orientation « santé » et biologique 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 400 produits.

En 2008, la société a célébré le 25^e anniversaire du journal *Trouvailles 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* reformulés et présentés dans un nouvel emballage et a célébré le 25^e anniversaire de la marque *le Choix du Président*. En 2010, la société a pris diverses mesures visant à augmenter la rentabilité de ses produits de marques contrôlées et ces mesures commencent à porter ses fruits. La société a également continué de se concentrer sur l'innovation et a lancé avec beaucoup de succès le nouveau programme « Délices du bar laitier », dans le cadre duquel elle offre 14 nouvelles saveurs de crème glacée, en lançant une nouvelle campagne publicitaire intégrée à l'échelle nationale et en organisant des événements sur les terrains de stationnement de ses magasins partout au pays.

En 2008, la société a élargi la distribution de ses produits *Joe Fresh Style frais* au Canada atlantique et au Québec, en en faisant une marque d'envergure nationale. En 2009, la superficie totale dévolue à la vente au détail de ses produits *Joe Fresh Style frais* a augmenté de 10 % et de nouvelles catégories de produits ont été ajoutées dans plus de 250 magasins, soit les produits de beauté et produits pour le bain, les lunettes de soleil et les bijoux *Joe Fresh Style frais*. En 2010, la société a étendu la marque *Joe Fresh Style frais* en lançant une importante campagne dans les médias, ce qui en a fait une marque de vêtements dominante en termes de notoriété, et en augmentant la superficie de vente au détail grâce à l'ouverture de la première boutique exclusivement réservée à la vente de produits de marque *Joe Fresh Style frais* à Vancouver.

L'offre de marques contrôlées de la société continue de s'appuyer sur des campagnes de commercialisation proposant le meilleur de ce que la marque *le Choix du Président* a à offrir, y compris de nouveaux produits novateurs pour répondre aux besoins en constante évolution des clients, ainsi que des produits *le Choix du Président* qui font les délices des Canadiens depuis des années en offrant la valeur et la qualité exceptionnelles auxquelles les clients s'attendent de la marque *le Choix du Président*. Ces campagnes mettent de l'avant Galen Weston, président exécutif du Conseil de la société, comme porte-parole.

La société dépend de fournisseurs qui lui procurent les biens et les services. 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 la réputation de la société sur le plan des activités et sur son rendement financier. Des stratégies, politiques ou procédures de gestion des fournisseurs inefficaces ou incomplètes 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.

Des contraintes liées à la capacité de production ou aux systèmes de technologies de l'information des fournisseurs pourraient compromettre la capacité de la société à répondre aux besoins de sa clientèle ou à mettre en œuvre de nouveaux processus visant à accroître l'efficacité et la cohérence au sein de son bassin de fournisseurs. L'approvisionnement sur des marchés en développement peut comporter un risque accru devant être atténué par des examens supplémentaires de la sécurité, de la qualité et de la gestion des produits.

Les produits de marque contrôlée de la société sont fabriqués en vertu de contrats conclus avec des fournisseurs indépendants. Le développement de produits et l'approvisionnement en produits de marques contrôlées dans le secteur du vêtement sont confiés à un tiers. Pour préserver le capital marque, ces fournisseurs sont tenus de souscrire à des normes de qualité rigoureuses. Une inefficacité au chapitre de la sélection et de la gestion des prestataires de services, de l'établissement des modalités des ententes conclues avec ceux-ci ou de la confiance pouvant leur être accordée à ceux-ci pourrait nuire à la capacité de la société de s'approvisionner en produits de marques contrôlées, de tenir des produits en quantité suffisante pour répondre aux besoins de sa clientèle, de mettre en marché ses produits et d'exercer efficacement ses activités courantes.

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 les niveaux 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.

En 2010, la société a achevé l'implantation de son nouveau système de gestion du transport. Le nouveau système de gestion d'entrepôt a pour sa part été implanté dans 10 centres de distribution. Plus de 50 fournisseurs, qui livraient auparavant directement aux magasins, effectuent désormais leurs livraisons par l'intermédiaire des centres de distribution, ce qui s'est traduit par une diminution du nombre de livraisons aux magasins et par une augmentation de la disponibilité. De plus, la société a continué de faire des progrès en ce qui a trait à l'intégration de son système de prévision, de planification et de réapprovisionnement et a lancé un nouveau système d'emballage prêt-à-vendre pour sa chaîne d'approvisionnement, ce qui a contribué à l'accélération du processus de réapprovisionnement et à l'amélioration de l'expérience de magasinage des clients.

En 2011, la société prévoit terminer l'intégration de son système de prévision, de planification et de réapprovisionnement. Elle continuera également d'augmenter le nombre de produits acheminés aux fins d'emballage prêt-à-vendre.

La nécessité d'investir dans la chaîne d'approvisionnement de la société en vue de l'améliorer pourrait nuire à sa capacité à rejoindre et à fidéliser efficacement sa clientèle actuelle et potentielle. Le remaniement substantiel de la chaîne d'approvisionnement de la société se poursuivra au cours des 18 prochains mois. Même si ce projet devrait entraîner une amélioration du niveau de service et de la disponibilité de produits 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 et à la performance financière. De plus, l'intégration de nouvelles chaînes d'approvisionnement au PGI pourrait entraîner des perturbations sur le réseau si elle n'est pas exécutée de façon appropriée, ce qui aurait également des conséquences négatives sur le chiffre d'affaires et la performance financière.

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, 197 conventions collectives ont été négociées avec succès. La société a procédé à de nombreuses négociations collectives en 2010, 73 conventions étant arrivées à échéance et 58 autres ayant été négociées avec succès, y compris la convention la plus importante qui vise à elle seule environ 13 700 collègues.

La renégociation des conventions collectives pourrait entraîner des arrêts ou des ralentissements de travail, des retards des projets de construction et une augmentation des coûts. Chacun de ces facteurs pourrait nuire aux résultats financiers de la société. La société a réussi à négocier 58 conventions collectives en 2010 et elle poursuit les négociations relatives aux 86 conventions collectives restantes qui ont commencé au cours des exercices antérieurs. En 2011, 49 conventions collectives visant environ 15 000 collègues viendront à échéance, dont l'une, la plus importante, vise 11 000 collègues en Ontario et vient à échéance en juin 2011. Bien que la société tente de réduire le nombre d'arrêts et de conflits de travail en procédant à des négociations précoces, des arrêts ou ralentissements de travail ainsi que leurs répercussions négatives sur le chiffre d'affaires et la performance financière 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 régulièrement 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 continué d'élaborer des 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. Les progrès réalisés ont été récompensés par l'inscription de la société au palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada, des meilleurs employeurs de la région du Grand Toronto et des dix meilleures entreprises pour lesquelles travailler selon le Financial Post. De plus, la rotation de la main-d'œuvre affectée aux magasins a été réduite considérablement.

En 2010, la société a continué d'investir dans le perfectionnement des collègues en lançant le programme « Un meilleur leadership en magasin ». Plus de 300 collègues ont fait l'objet d'une évaluation rigoureuse dans les centres de perfectionnement et ont reçu une formation sur les principales compétences et pratiques en gestion de magasins. La société a également poursuivi ses efforts pour conserver ses collègues, ce qui s'est traduit par une diminution du taux de roulement comparativement à celui de 2009. Ces efforts ont été récompensés puisque la société a figuré au palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada pour la deuxième année consécutive. La société a de plus été nommée l'un des meilleurs employeurs pour les jeunes Canadiens et a été récipiendaire régional du Programme des 10 cultures d'entreprises canadiennes les plus admirées.

En 2011, 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 établir des processus de planification de la relève et des stratégies de maintien en poste appropriés pourrait entraîner des lacunes sur le plan des connaissances, des compétences et de l'expérience requises de la part de la direction. Cela pourrait donc compromettre la capacité de la société à exécuter ses stratégies, à gérer ses activités avec efficacité et à atteindre ses

objectifs en matière de performance financière. L'efficacité au chapitre de la planification de la relève pour les postes de haute direction et du maintien en poste des collègues est essentielle au soutien de la croissance et de la réussite de la société. De plus, la perte de personnel de valeur au profit de concurrents pourrait représenter un risque important pour la stratégie générale de la société. Des stratégies efficaces de maintien en poste seront nécessaires compte tenu des changements importants, de l'accroissement potentiel de la charge de travail et de la valeur sur le marché des collègues qui ont acquis des compétences spécialisées dans le cadre de la mise en œuvre du PGI et d'autres projets importants au sein de la société.

La direction a instauré, en 2010, de nouveaux programmes qui visent à favoriser le maintien en poste des collègues, la planification de la relève et le perfectionnement professionnel. Ces programmes se poursuivront en 2011. Les mesures prises visent à améliorer l'engagement des collègues et les plans de relève et à soutenir l'objectif que s'est fixé la société d'être « un milieu de travail formidable ». Si ces mesures n'étaient pas couronnées de succès, la société pourrait être incapable de mener à bien ses stratégies et d'exercer efficacement ses activités, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable sur la performance financière.

Performance financière

De plus amples informations sur la performance financière de la société se trouvent dans les états financiers et 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.

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 2008, la société a entrepris la mise en œuvre d'un plan stratégique de TI en annonçant qui en seront les principaux fournisseurs et en effectuant 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.

En 2010, la société a mené à bien la deuxième phase du déploiement de son PGI, qui visait l'intégration de son grand livre général et de l'information financière connexe dans l'ensemble de la société et l'adoption de fonctionnalités supplémentaires, dont les processus liés aux crédateurs et aux achats marketing de la société. À l'heure actuelle, près de 1 000 collègues travaillent sur le nouveau PGI de la société. De plus, en septembre 2010, un essai pilote de la prochaine grande application de son PGI destinée au module de gestion des marchandises a débuté. Cet essai, qui visait au départ deux des plus petites catégories de marchandises, a été étendu à d'autres catégories au cours du quatrième trimestre de 2010. La société a utilisé cette nouvelle fonctionnalité de son PGI pour la clôture de son troisième trimestre et de son quatrième trimestre.

En 2010, la société a également commencé à implanter un nouveau système de gestion des heures et des présences dans les magasins, un système national de terminaux de points de vente ainsi qu'un système d'information de gestion d'entrepôt et un système de gestion du transport qui font partie de la transformation de sa chaîne d'approvisionnement.

La société prévoit mettre d'autres systèmes en application en 2011 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 une attention suivie de la part de la société ainsi que des investissements soutenus.

L'incapacité de la société à assurer une migration réussie de ses anciens systèmes à son PGI pourrait nuire à sa réputation, à ses activités et à son chiffre d'affaires et à sa performance financière. Toute défaillance ou panne des systèmes de TI de la société durant le déploiement du PGI ou d'autres nouveaux systèmes pourrait entraîner la non-disponibilité de données pertinentes et fiables sur lesquelles la direction puisse fonder sa planification stratégique et sa gestion des activités quotidiennes, ce qui pourrait entraîner une forte perturbation des affaires, voire se solder par des pertes financières. En outre, l'incapacité à mettre en œuvre les processus nécessaires au bon fonctionnement du PGI pourrait causer des inefficiences et des recouvrements avec les processus existants.

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. Si la société ne parvenait pas à investir suffisamment dans ses TI ou à déployer en temps opportun et de manière efficace son infrastructure de TI, cela pourrait compromettre sa performance financière.

Acquisition de T&T Supermarket

Le 28 septembre 2009, la société a acquis T&T Supermarket Inc. (« T&T »), accroissant ainsi la gamme de produits internationaux 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 que de se positionner avantageusement en vue d'une croissance future.

T&T a commencé à exercer ses activités en 1993 et exploite actuellement 19 magasins en Colombie-Britannique, en Alberta et en Ontario. Elle possède trois centres de distribution à Vancouver et un 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.

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 exploite des magasins conventionnels, des magasins à escompte et des magasins à grande surface. Les bannières détenues par la société comprennent *Atlantic Superstore*, *Dominion** (pour Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Loblaw Superstore*, *Loblaws*, *Loblaw Great Food*, *Maxi*, *Maxi & Cie*, *Provigo*, *The Real Canadian 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 affiliés de la société sont exploités sous les dénominations sociales *Atlantic SaveEasy*, *Fortinos*, *Extra Foods*, *nofrills*, *SuperValu*, *Valu-mart*, *Provigo* et *Votre Épiciers Indépendant*. Le réseau de magasins est soutenu par 24 installations d'entreposage exploitées par la société 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 services financiers de marque *le Choix du Président*, notamment la carte MasterCard^{MD} Services financiers *le Choix du Président*, des certificats de placement garanti offerts exclusivement par l'intermédiaire d'un réseau de courtiers, des services bancaires aux particuliers, qui sont offerts par l'intermédiaire de la division des services bancaires directs d'une grande banque canadienne, et le programme de fidélisation points *PC*. La société offre également des assurances habitation, automobile, voyage et soins vétérinaires par l'intermédiaire de ses entités d'assurance, ainsi que des services de téléphonie mobile, notamment la *Boutique Mobile* et *PC Mobile*.

* Marque de commerce utilisée sous licence.

Divisions géographiques et bannières

Pour l'exercice écoulé, 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 indépendants | Comptes indépendants | Entrepôts |
|---------------------------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------|----------------------|-----------|
| Terre-Neuve-et-Labrador | 12 | 8 | 20 | 100 | 1 |
| Île-du-Prince-Édouard | 4 | 4 | 7 | 44 | - |
| Nouvelle-Écosse | 32 | 17 | 19 | 299 | 1 |
| Nouveau-Brunswick | 20 | 23 | 19 | 122 | 2 |
| Québec | 191 | 48 | 174 | 999 | 3 |
| Ontario | 155 | 291 | 63 | - | 6 |
| Manitoba | 25 | - | 22 | - | 1 |
| Saskatchewan | 30 | 5 | 24 | - | 1 |
| Alberta | 56 | 22 | 6 | - | 3 |
| Territoires du Nord-Ouest | 2 | - | - | - | - |
| Yukon | 1 | 1 | 1 | - | - |
| Colombie-Britannique | 48 | 32 | 21 | - | 6 |
| Total | 576 | 451 | 376 | 1 564 | 24 |

Les magasins de la société se répartissent comme suit :

| | Magasins détenus par la société | Magasins franchisés | Magasins associés indépendants |
|---|---------------------------------|---------------------|--------------------------------|
| Magasins conventionnels | | | |
| <i>Atlantic SaveEasy</i> | | 45 | |
| <i>Fortinos</i> | | 20 | |
| <i>Loblaws</i> | 75 | | |
| <i>Provigo</i> | 36 | 47 | |
| <i>SuperValu</i> | 1 | 5 | 13 |
| <i>T&T Supermarket</i> | 19 | | |
| <i>Valu-mart</i> | | 61 | |
| <i>Votre Épiciers Indépendant</i> | | 53 | |
| <i>Zehrs</i> | 43 | | |
| Autres | | 7 | 363 |
| Magasins à escompte / à grande surface | | | |
| <i>Extra Foods</i> | 56 | 22 | |
| <i>Maxi</i> | 90 | | |
| <i>Maxi & Cie</i> | 21 | | |
| <i>nofrills</i> | | 191 | |
| <i>Atlantic Superstore</i> | 51 | | |
| <i>Dominion*</i> (Terre-Neuve et Labrador) | 11 | | |
| <i>The Real Canadian Superstore</i> | 110 | | |
| <i>Cash & Carry</i> | 17 | | |
| <i>Presto</i> | 11 | | |
| <i>The Real Canadian Wholesale Club</i> | 34 | | |
| Vêtements | | | |
| <i>Joe Fresh Style frais</i> | 1 | | |
| Total | 576 | 451 | 376 |

* Marque de commerce utilisée sous licence.

À la clôture de l'exercice 2010, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était, respectivement, de 64 800 pieds carrés et de 29 500 pieds carrés. La taille moyenne des magasins détenus par la société et celle des magasins franchisés a respectivement augmenté de 2,1 % et de 1,9 % au cours des trois derniers exercices, la tendance de la société étant généralement d'aller vers les magasins à plus grand format.

La société privilégie comme stratégie l'achat de terrains pour de futurs magasins. À la clôture de l'exercice 2010, la société détenait 74 % des terrains sur lesquels sont construits les magasins détenus par la société, 46 % 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 97 millions de dollars sur un actif immobilisé total, y compris les terrains, ayant une valeur comptable nette d'environ 9,1 milliards de dollars à la clôture de l'exercice 2010. La superficie totale des magasins détenus par la société et des magasins franchisés est, respectivement, d'environ 27,5 millions de pieds carrés et 6,2 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 sa performance financière. Tel serait également le cas sur le plan des produits d'exploitation et du bénéfice si un nombre important de franchisés devaient connaître des difficultés d'exploitation et, notamment, être exposés à des risques liés à la santé et la sécurité, connaître des difficultés financières, refuser ou ne pas être en mesure de payer des marchandises, des loyers ou d'autres frais ou ne pas renouveler leur contrat de franchisage. Le système de franchise de la société est aussi assujéti aux lois sur les franchises 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 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, une atteinte à la réputation ou des conséquences financières défavorables. Des changements apportés par la société à la chaîne d'approvisionnement et aux systèmes d'approvisionnement pourraient perturber les activités des magasins franchisés, ou être perçus comme tels, et avoir des répercussions négatives sur le chiffre d'affaires ou le bénéfice des franchisés. Pareille situation pourrait nuire à la réputation de la société ou avoir sur elle des répercussions défavorables, notamment des litiges ou des perturbations au niveau des ventes des magasins franchisés.

Situation concurrentielle

Le secteur du commerce de détail au Canada est hautement concurrentiel. L'incapacité de la société à s'adapter aux tendances de consommation ou à exécuter efficacement ses stratégies pourrait avoir un effet négatif sur son chiffre d'affaires et sa performance financière.

Les concurrents de la société comprennent les exploitants traditionnels de supermarchés de même que les entreprises de marchandage 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 des nouveaux venus sur le marché que de l'expansion ou de la rénovation des concurrents existants, en particulier ceux qui prennent de l'essor sur le marché de l'épicerie. Certains de ces concurrents disposent de ressources considérables qui leur permettent de livrer à la société une concurrence vigoureuse et efficace sur le marché. Plusieurs d'entre eux ont recours à une main-d'œuvre non syndiquée. La syndicalisation des salariés de la société peut réduire la capacité de la société à rivaliser sur le plan des coûts de main-d'œuvre ou peut nuire à la capacité de la société à réagir à la concurrence en temps opportun. Une concurrence et des pressions accrues concernant la croissance et les prix pourraient empêcher la société d'atteindre ses objectifs. L'incapacité de la société à prédire avec efficacité l'activité du marché ou à rivaliser efficacement avec ses concurrents actuels ou futurs pourrait se traduire notamment par une réduction de sa part de marché 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 à fermer des magasins moins rentables, à déménager certains magasins ou à convertir des magasins d'une bannière à une autre et à réviser et à ajuster les prix, les gammes de produits et les programmes de mise en marché. Toutefois, si la société n'arrive pas à soutenir sa position concurrentielle, son chiffre d'affaires et sa performance financière pourraient en subir les contrecoups.

Clients

Les clients de la société comprennent un vaste échantillon de consommateurs à l'échelle du Canada. 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 affiliés 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*, *sans nom*, *Joe Fresh Style frais*, *PC Biologique*, *Menu bleu*, *Format Club*, *PC Produit écologique Vert*, *Exact*, *le Choix de nounours*, *PC Maison* et *Everyday Essentials*.

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'offre d'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 améliorant 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 influe également sur le choix des produits annoncés dans les circulaires hebdomadaires.

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 Fresh Style frais*. Les marques de commerce *le Choix du Président* et *Joe Fresh 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.joefresh.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 également recours à des sites de réseautage social pour la promotion de ses produits.

Services financiers le Choix du Président

La Banque le Choix du Président (la « Banque PC »), offre la carte MasterCard® Services financiers le Choix du Président à l'échelle du Canada. La Banque PC impartit à des fournisseurs indépendants les services de traitement des transactions par cartes de crédit et les services de centres d'appels, les recouvrements, ainsi que le soutien de certains processus opérationnels conformément aux stratégies de gestion des risques de la Banque PC selon les normes de service établies par la Banque PC

La société offre des produits et des services bancaires Services financiers le Choix du Président dans toutes les provinces, sauf le Québec, où ces services personnels sont fournis par la division des services bancaires directs d'une grande banque canadienne. La société offre également des certificats de placement garanti dans toutes les provinces exclusivement par l'intermédiaire du réseau de courtiers.

La société offre des produits d'assurance habitation et automobile en Ontario et en Alberta par l'intermédiaire de sa filiale PC Financial Insurance Broker Inc. Des produits d'assurance vétérinaire et d'assurance voyage sont offerts par l'intermédiaire de l'Agence d'assurance PC Finance Inc. partout au Canada, sauf au Québec et au Nouveau-Brunswick.

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. La société exploite les kiosques *Boutique Mobile* dans plus de 500 magasins portant la bannière Loblaw partout au pays et y offre des téléphones cellulaires de différentes marques, y compris de marque *PC Mobile*.

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, des bannières ou des marques contrôlées à cause d'événements défavorables, de modifications apportées aux stratégies d'établissement de marques ou pour toute autre raison peut affaiblir 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, notamment les imprimeries, les distributeurs d'encarts publicitaires et les agences de publicité. La société surveille et gère activement son portefeuille de marques de commerce. Malgré ces

activités, des événements défavorables pourraient avoir une incidence sur la valeur des marques de commerce, des bannières ou des marques de la société ainsi que sur son chiffre d'affaires et sa performance financière.

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 complet pouvant transmettre des données entre les magasins, les centres de distribution et les bureaux de la société et acheminant des données sur les opérations de crédit et de débit entre les magasins et le fournisseur de services de compensation de la société. Loblaw fait aussi appel à des services d'impartition, plus particulièrement pour les applications et la technologie liées à ses ordinateurs principaux, les activités et les services de pharmacie et de laboratoire photographique et pour le compte des services financiers *le Choix du Président*.

Dans le but de satisfaire aux exigences actuelles et futures de ses activités, la société dépend de systèmes de technologie de l'information. Ces systèmes sont essentiels pour fournir à la direction l'information dont elle a besoin pour prendre des décisions, notamment ses indicateurs de performance clés, et il est primordial d'assurer leur bon fonctionnement par des mises à niveau et l'entretien de l'infrastructure.

La migration des données des anciens systèmes vers le PGI ou d'autres nouveaux systèmes augmente le risque que l'intégrité et la fiabilité des données soient compromises si les données ne sont pas exactes et complètes au moment de la migration. De plus, au cours des prochaines années, l'exploitation de l'entreprise reposera à la fois sur les anciens systèmes et les nouveaux systèmes. Il sera donc primordial que les données soient cohérentes d'un système à l'autre et que l'intégrité des données soit préservée après leur migration de façon à assurer l'intégrité et la fiabilité de l'information financière de la société. L'appropriation de la gestion de données est essentielle pour assurer la fiabilité et la pertinence continues des données. Toute panne ou tout arrêt de ces systèmes au cours du processus de migration des données pour le PGI pourrait porter atteinte à la réputation de la société et avoir une incidence défavorable sur ses activités, son chiffre d'affaires et sa performance financière. Le manque de données pertinentes, fiables et accessibles permettant à la direction de gérer efficacement les activités pourrait nuire à la performance financière globale de la société.

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 24 entrepôts et centres de distribution. La société a également recours aux services logistiques de tiers à six de ses centres de distribution, soit ceux de Pickering, d'Ajax, de Caledon, de Moncton, 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 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 de placements ainsi que les activités afférentes à la trésorerie. La société n'est pas tributaire de ces activités.

Collègues

En date du 1^{er} janvier 2011, l'effectif de la société et de ses franchisés comptait environ 136 000 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 372 conventions collectives conclues avec 17 syndicats.

Crédit

Le conseil d'administration de la Banque PC a approuvé des politiques de gestion du risque qui assurent 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 PC 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 dispose d'un important portefeuille immobilier et d'infrastructures et est exposée aux risques environnementaux liés à la contamination des biens immobiliers et des installations qu'elle occupe, qu'elle ait pu être causée soit par les propriétaires ou les occupants antérieurs, soit par les propriétés avoisinantes soit, encore par l'exercice de ses propres activités.

La société utilise un certain nombre de réservoirs de stockage souterrains, la plupart étant destinés au carburant automobile vendu au détail. D'éventuelles fuites de ces réservoirs pourraient conduire à une contamination. En plus de recourir à l'évaluation et à la vérification des risques, la société fait appel à une batterie de contrôles et de tests pour réduire au minimum les répercussions de l'écoulement de carburant dans le sous-sol. Elle utilise également des appareils de réfrigération dans ses magasins et ses centres de distribution pour préserver la qualité des produits périssables tout au long de la chaîne d'approvisionnement. En cas de bris, ces appareils, qui contiennent des gaz frigorigènes, pourraient les libérer dans l'atmosphère. Une fuite de ces gaz pourrait avoir des répercussions négatives sur

l'environnement. Afin de diminuer le plus possible les risques d'émanations, la société a mis en place des programmes d'entretien préventif et des inspections de ses appareils de réfrigération. De plus, elle envisage d'implanter de nouvelles technologies de réfrigération.

Au cours des dernières années, les gouvernements provinciaux et les administrations municipales ont adopté des lois ou des règlements obligeant les détaillants, 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 et les documents imprimés distribués aux consommateurs. 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.

La société s'est dotée de programmes en matière d'environnement et a institué des politiques et procédures visant à assurer le respect de toutes les exigences législatives applicables en matière d'environnement. À cette fin, la société procède à des évaluations et à des vérifications 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. Le Comité de l'environnement et de la santé et sécurité du conseil d'administration reçoit régulièrement des rapports de la direction sur les questions courantes et éventuelles, les risques, les programmes et les initiatives, les nouvelles préoccupations d'ordre réglementaire et les efforts de communication pertinents. Le personnel du service des questions environnementales de la société travaille en étroite collaboration avec le personnel du secteur de l'exploitation pour veiller à ce que les exigences soient bien remplies.

Malgré ces activités d'atténuation, la société pourrait être assujettie à des coûts accrus ou imprévus associés à des incidents environnementaux et aux activités de remise en état connexes, y compris des coûts liés à des litiges et à des questions réglementaires, qui pourraient avoir tous une incidence défavorable sur la réputation et la performance financière de la société.

Parmi les tendances récentes, on observe que la demande pour les produits ayant un impact moindre sur l'environnement s'est accrue et que les consommateurs accordent de plus en plus d'importance à l'adoption, par la société, de pratiques responsables sur le plan environnemental dans le cadre de ses activités. Comme il est énoncé dans son rapport sur la responsabilité sociale, la société s'est fixée des objectifs environnementaux et surveille les progrès réalisés à cet égard. Si la société ne parvenait pas à répondre aux exigences des consommateurs ou devait être la cible de publicité défavorable en ce qui a trait à l'impact environnemental de ses pratiques, sa réputation pourrait s'en trouver entachée, ce qui pourrait faire baisser son chiffre d'affaires et avoir des répercussions néfastes sur sa performance financière.

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. Loblaw voit ces échanges comme un moyen d'établir sa crédibilité et d'initier des changements positifs à grande échelle.

Le quatrième rapport sur la RSE sera publié en 2011.

Sécurité des aliments, santé publique et étiquetage

La société est exposée à des risques liés à la sécurité des aliments et à des défauts de fabrication des articles de marchandise générale. 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. Si ces événements ou incidents se produisaient, ils pourraient se solder par une publicité défavorable, nuire aux marques de la société et éventuellement donner lieu à des réclamations fondées en droit. De plus, si des produits contaminés ou défectueux ne sont pas retracés, cette défaillance peut influencer sur la capacité de la société d'être efficace en cas de rappel de ces produits. Ces événements, quels qu'ils soient, pourraient avoir une incidence négative sur la performance financière de la société.

De plus, le non-respect des normes en matière de salubrité et de santé dans les magasins, y compris la lutte antiparasitaire, pourrait nuire au chiffre d'affaires et entacher la réputation de la société.

La société a mis en place un programme de gestion des incidents 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 également d'importants programmes de formation et procédures en matière de sécurité 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 d'aliments santé. La société accorde une attention toute particulière à l'utilisation d'un système de gestion de la sécurité et de la qualité des aliments pour s'assurer que ses produits de marques contrôlées répondent aux exigences réglementaires et de sécurité des aliments. 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.

Protection de la vie privée et déontologie

La société est assujettie à diverses lois concernant la protection des renseignements personnels de ses collègues et ses clients et elle s'est dotée d'un code de protection de la vie privée où sont présentées des lignes directrices sur le traitement des renseignements personnels. Si la société contrevenait à ces lois de quelque façon que ce soit, cela pourrait nuire à sa réputation et à sa performance financière. Les systèmes d'information de la société renferment des renseignements personnels sur les collègues et les clients. Toute défaillance de ces systèmes de sécurité informatique ou la non-conformité de la société aux normes établies en matière de sécurité de l'information, y compris en matière de protection des renseignements personnels concernant ses collègues et ses clients, pourrait nuire à sa réputation et avoir une incidence négative sur sa performance financière.

La mise en œuvre du plan stratégique de TI de la société entraînera également un risque lié à la sécurité informatique. Le plan stratégique prévoit une mise à niveau des systèmes de sécurité informatique visant à assurer leur conformité aux normes de sécurité informatique grâce à des protocoles plus rigoureux et des politiques fermes sur la sécurité informatique à l'échelle de l'entreprise. Toute défaillance de ces systèmes informatiques ou la non-conformité de la société aux normes établies en matière de sécurité de l'information, y compris en matière de protection des renseignements personnels concernant ses collègues et ses clients, pourrait nuire à sa réputation et à sa position concurrentielle, de même qu'à sa performance financière.

La société a adopté un *Code de déontologie* dont tous ses collègues et administrateurs doivent régulièrement prendre connaissance et auquel ils doivent adhérer. Elle a formé un Comité de déontologie et de conduite des affaires qui supervise l'observance du code et détermine la meilleure manière de conduire ses affaires dans le respect des principes de déontologie. La société a également adopté un code de conduite pour ses fournisseurs qui décrit ses attentes en matière de déontologie dans un certain nombre de secteurs, dont la responsabilité sociale. Pour la société et ses fournisseurs, toute transgression des politiques de déontologie et de conduite des affaires est susceptible de porter gravement atteinte à la réputation de la société et de ses marques de commerce et, par ricochet, de nuire 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 repérage et de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise de manière à assurer sa croissance et sa réussite de manière continue. Le conseil a approuvé une politique de gestion des risques et supervise le programme de gestion des risques d'entreprise au moyen de l'approbation des risques et de l'établissement des priorités en matière de risques de la société. Ce programme vise à aider tous les secteurs de l'entreprise à gérer des niveaux adéquats de tolérance aux risques en mettant à leur disposition une approche systématique, une méthodologie et des outils qui leur permettent d'évaluer, de mesurer et de surveiller les principaux 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 cibler les risques en émergence pour la société, à établir l'ordre de priorité des activités de gestion des risques et à élaborer un plan d'audit interne axé sur les risques.

Le programme de gestion des risques d'entreprise n'a pas pour objet d'éliminer les risques. Les risques sont repérés et gérés selon le niveau de 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;
- contribuer à la gouvernance d'entreprise en offrant une vue d'ensemble des risques auxquels la société est exposée de même qu'un aperçu des méthodes pour les repérer, les évaluer, les mesurer et les contrôler;
- soutenir l'élaboration d'une méthode de gestion des risques uniforme à l'échelle de l'entreprise;
- 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 repérage et l'évaluation des risques sont des éléments importants du cadre de la gestion des risques d'entreprise. Une évaluation annuelle du programme de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise est effectuée pour repérer et mettre à jour les risques liés aux finances, à l'exploitation et à la réputation qui

sont susceptibles d'influer sur la société et pour établir efficacement les priorités en matière de risques. Cette évaluation annuelle de la gestion des risques d'entreprise 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 vulnérabilité de la société aux risques et l'incidence éventuelle des risques sous-jacents sur la capacité de la société d'appliquer ses stratégies et d'atteindre ses objectifs. Les détenteurs de risques se voient attribuer les risques pertinents et des mesures sont élaborées pour effectuer trimestriellement le suivi des principaux risques. Chaque trimestre, la direction soumet au Comité d'audit une mise à jour de la situation des principaux risques selon les changements importants survenus au trimestre précédent, l'incidence prévue au cours des trimestres futurs et les changements importants des mesures des principaux risques. De plus, le niveau des risques à long terme (sur 1 à 3 ans) est évalué pour suivre les effets possibles à long terme sur les risques qui peuvent avoir une incidence sur les activités de planification d'atténuation des risques.

Le groupe d'audit interne et de gestion des risques gère le programme de gestion des risques d'entreprise au moyen de l'élaboration du cadre et des méthodologies liés aux risques, de l'évaluation annuelle de la gestion des risques d'entreprise, du suivi continu des principaux risques et de la communication de l'information au Comité d'audit tous les trimestres. Le Comité d'audit 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.

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. 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 politiques et lignes directrices interdisent de recourir à des instruments dérivés financiers à des fins de spéculation.

Certains des risques liés à l'exploitation, aux finances et à la réputation de même que les stratégies de gestion des risques sont exposés dans la présente notice annuelle. Une analyse complète des risques et des stratégies de gestion des risques figure dans le rapport de gestion qui 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. Quoique ces stratégies soient conçues dans le but de réduire ces risques au minimum, les 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 1^{er} janvier 2011, le nombre des actions ordinaires émises et en circulation de la société s'établissait à 280 578 130. 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 est inférieure aux 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 1^{er} janvier 2011, 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 de clôture mensuels des marchés et le volume moyen quotidien transigé mensuellement pour les actions ordinaires et les actions privilégiées de deuxième rang, série A, de Les Compagnies Loblaw limitée pour 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 | 36,30 \$ | 33,14 \$ | 354 132 |
| Février | 39,50 \$ | 35,02 \$ | 501 456 |
| Mars | 38,49 \$ | 36,04 \$ | 493 474 |
| Avril | 38,95 \$ | 36,50 \$ | 362 518 |
| Mai | 39,49 \$ | 36,81 \$ | 372 294 |
| Juin | 40,57 \$ | 37,51 \$ | 302 860 |
| Juillet | 44,00 \$ | 37,65 \$ | 360 588 |
| Août | 44,98 \$ | 42,17 \$ | 310 391 |
| Septembre | 44,38 \$ | 40,05 \$ | 439 459 |
| Octobre | 43,73 \$ | 40,31 \$ | 315 754 |
| Novembre | 43,51 \$ | 40,28 \$ | 266 629 |
| Décembre | 41,44 \$ | 40,15 \$ | 233 969 |

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 | 27,30 \$ | 26,70 \$ | 8 042 |
| Février | 27,79 \$ | 26,90 \$ | 19 215 |
| Mars | 27,73 \$ | 27,39 \$ | 6 796 |
| Avril | 27,60 \$ | 26,81 \$ | 7 312 |
| Mai | 27,00 \$ | 26,70 \$ | 7 801 |
| Juin | 26,95 \$ | 26,71 \$ | 13 615 |
| Juillet | 27,24 \$ | 26,60 \$ | 8 720 |
| Août | 27,79 \$ | 27,10 \$ | 5 980 |
| Septembre | 28,22 \$ | 27,62 \$ | 9 553 |
| Octobre | 28,10 \$ | 27,40 \$ | 5 800 |
| Novembre | 28,10 \$ | 27,44 \$ | 5 238 |
| Décembre | 28,00 \$ | 27,49 \$ | 2 574 |

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 2010, la société a émis des billets à moyen terme non garantis, série 2-B 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-B sont assortis d'un taux d'intérêt annuel fixe de 5,22 % payable chaque semestre à compter du 18 décembre 2010, jusqu'à l'échéance, le 18 juin 2020. 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 assortis d'un taux d'intérêt annuel fixe de 4,85 % payable chaque semestre. Les billets de série 2-A et 2-B sont assujettis à certaines clauses restrictives et constituent des obligations non garanties de Loblaw de rang égal à tous les emprunts non garantis qui ne sont pas subordonnés. Les billets de série 2-A et 2-B peuvent être remboursés au gré de la

société, en totalité en tout temps ou en partie à l'occasion, sous réserve d'un préavis d'au moins 30 jours et d'au plus 60 jours aux porteurs des billets.

Cotes de solvabilité

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 cours du troisième trimestre de 2010, DBRS a confirmé les cotes de solvabilité de la société et leur tendance. Au cours du quatrième trimestre de 2010, S&P a confirmé les cotes de solvabilité de la société et leur perspective.

Au 24 février 2011, les cotes de solvabilité 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 solvabilité à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes à Les Compagnies Loblaw limitée. Ces cotes de solvabilité 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 solvabilité ne traduisent pas nécessairement l'incidence éventuelle de tous les risques sur la valeur des titres. Elles ne représentent pas une recommandation d'acquiescer, 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. La capacité de payer les obligations financières à court terme à mesure qu'elles deviennent exigibles est acceptable. Les entités ayant obtenu la cote R-2 (moyen) pourraient être vulnérables à des événements futurs ou pourraient être exposées à d'autres facteurs qui pourraient diminuer la qualité du crédit.

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

Les cotes de solvabilité attribuées par DBRS à la dette à long terme varient entre AAA et D. Toutes les autres cotes que AAA et D sont assorties 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 est la quatrième de dix. Attribuée à la dette à long terme, la cote BBB signifie que la qualité de crédit est adéquate. La capacité de faire face aux obligations financières à court terme à mesure qu'elles deviennent exigibles est acceptable. Les entités qui se voient attribuer la cote BBB pourraient être vulnérables aux événements futurs.

DBRS utilise des tendances de cotes de solvabilité pour noter les sociétés. Ces cotes traduisent l'opinion de DBRS quant à l'évolution de la cote en question et la tendance attribuée est « 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

Les cotes attribuées par DBRS aux actions privilégiées vont de Pfd-1 à D. La cote Pfd-3 est la troisième 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 S&P attribuées au papier commercial vont de A-1 à D. La cote A-2 est la quatrième de huit. Les obligations cotées A-2 traduisent la capacité satisfaisante de l'émetteur d'obligations de respecter ses engagements financiers au titre des obligations tout en étant plus sensibles aux mouvements et aux conditions économiques que les obligations 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 S&P.

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

Les cotes de solvabilité attribuées aux instruments à long terme par S&P vont de AAA à D. La cote BBB est la quatrième 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'amoindrir la capacité de l'émetteur de respecter ses engagements à l'égard de l'obligation. Les cotes variant de AA à CCC peuvent être modifiées par l'ajout d'un signe plus (+) ou moins (-) pour traduire la position relative au sein des grandes catégories de cotes.

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

Actions privilégiées

Les cotes canadiennes de S&P attribuées aux actions privilégiées vont de P-1 à D. La cote P-3 (élevé) est la troisième de huit. Une obligation dont la cote est P-3 (élevé) est moins exposée à un défaut de paiement que d'autres émissions spéculatives. Elle doit toutefois composer, de manière continue, avec d'importantes incertitudes et elle est tributaire de la détérioration des conjonctures économique, financière ou commerciale, ce qui pourrait faire en sorte que l'émetteur d'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 de 20 à 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 clôture 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>2010</u> | <u>2009</u> | <u>2008</u> |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Dividendes déclarés par action ordinaire | 0,84 \$ | 0,84 \$ | 0,84 \$ |
| Dividendes déclarés par action privilégiée de deuxième rang, série A | 1,49 \$ | 1,49 \$ | 0,91 \$ |

Postérieurement à la clôture de l'exercice 2010, le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 0,21 \$ l'action ordinaire, payable le 1^{er} avril 2011, ainsi qu'un dividende trimestriel de 0,37 \$ l'action privilégiée de deuxième rang, série A, payable le 30 avril 2011.

ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

La liste suivante des administrateurs et membres de la direction est à jour en date du 24 février 2011.

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 | 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 | Président et chef de la direction de Toronto Blue Jays Baseball Team | 2005 |
| Gordon A.M. Currie ⁴ (Ontario) Canada | Vice-président exécutif et chef du service juridique de la société et de George Weston limitée | 2006 |
| 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, | 1999 |
| John S. Lacey (Ontario) Canada | Administrateur de sociétés | 2007 |
| Nancy H. O. Lockhart, O. Ont. ^{3, 5*} (Ontario) Canada | Directrice générale de Frum Development Group | 2005 |
| Pierre Michaud, C.M. ⁵ (Québec) Canada | Administrateur de sociétés | 1999 |
| Thomas C. O'Neill ^{2*} (Ontario) Canada | Administrateur de sociétés | 2003 |

Administrateurs

| <u>Nom, province et pays de résidence</u> | <u>Occupation principale</u> | <u>Administrateur depuis</u> |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Karen Radford ⁵ (Alberta) Canada | Administratrice de sociétés | 2008 |
| John D. Wetmore ^{2,4} (Ontario) Canada | Administrateur de sociétés | 2006 |

1) Comité de direction

2) Comité d'audit

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 | Président et vice-président du Conseil |
| Sarah Davis (Ontario) Canada | Chef de la direction financière |
| Gordon A. M. Currie (Ontario) Canada | Vice-président exécutif et chef du service juridique |
| Peter K. McMahon (Ontario) Canada | Chef de l'exploitation |
| Roland Boudreau (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Projets spéciaux |
| Jocyanne Bourdeau (Québec) Canada | Vice-présidente exécutive, Maxi et Maxi & Cie |
| Mark Butler (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Marques |
| Gordon Chem (Alberta) Canada | Vice-président exécutif, Extra Foods et Superstore, Provinces de l'Ouest et Ontario |

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

| | |
|--|--|
| Barry K. Columb (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Services financiers et Président, Banque PC |
| Grant B. Froese (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Division Escompte et Grande surface |
| S. Jane Marshall (Ontario) Canada | Vice-présidente exécutive, Services immobiliers et stratégie d'affaires |
| Judy McCrie (Ontario) Canada | Vice-présidente exécutive, Ressources humaines et relations de travail |
| Calvin McDonald (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Division Conventionnel |
| Sylvain Prud'homme (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Épicerie et Exploitation – Conventionnel |
| Vince Scorniaenchi (Ontario) Canada | Vice-président exécutif, Fortinos et développement des produits frais |
| Robert A. Balcom (Ontario) Canada | Vice-président principal et Secrétaire |
| Manny J. DiFilippo (Ontario) Canada | Vice-président principal, Gestion des risques et initiatives stratégiques |
| J. Bradley Holland (Ontario) Canada | Vice-président principal, Fiscalité |
| Michael Lovsin (Ontario) Canada | Vice-président principal, Santé et bien-être |
| Lucy J. Paglione (Ontario) Canada | Vice-présidente principale, Retraite et avantages sociaux |
| Evangelia (Litsa) Popowich (Ontario) Canada | Vice-présidente principale, Contrôleuse |
| Jeremy Roberts (Ontario) Canada | Vice-président principal, Finances |
| Timothy J. Scott (Ontario) Canada | Vice-président principal, Prévention des pertes et Gestion des risques |

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

Jason Toledano
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Vérification interne et gestion des risques d'entreprise

Geoffrey H. Wilson
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Services partagés

Collectivement, les administrateurs et membres de la direction de la société détiennent environ 0,17 % 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 contrôleuse, 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; M. Michael Lovsin qui était vice-président, Marchandisage auprès d'Ultra Salons Cosmetics and Fragrance Ltd.; Mme Judy McCrie qui était vice-présidente et directrice générale, Laiterie Neilson; M. Peter K. McMahon qui était cadre dirigeant de Wal-Mart Europe; M. Pierre Michaud qui était président et administrateur de Capital GVR Inc.; 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. Sylvain Prud'homme qui était président de l'exploitation, Sobeys Ouest et qui a auparavant occupé divers postes au sein de Wal-Mart Canada, y compris celui de vice-président principal, Marchandisage et de vice-président principal, Exploitation; Mme Karen Radford qui était vice-présidente à la direction de TELUS; M. Jeremy Roberts, qui a occupé le poste de chef des services financiers et d'autres postes de haut dirigeant en finances de WorldColor Press Inc. (auparavant, Quebecor World Inc.); M. Vince Scorniaenchi, qui était président de Medica One Ltd.; 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, Aliments Maple Leaf Inc. et Pain Canada Compagnie Limitée; M. Jason Toledano, auparavant vice-président, Vérification et gestion des risques de Bell Canada Enterprises/Bell Alliant Communications régionales; 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 ordonnance d'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.

M. Fell a été administrateur de Teleglobe Inc., filiale de BCE Inc., pour une période de trois mois terminée en avril 2002. Teleglobe Inc. a demandé une mise à l'abri des créanciers en vertu des lois sur l'insolvabilité le 15 mai 2002.

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 a été déposée en juin 1999. La société The Loewen Group Inc. s'est libérée des procédures aux termes du chapitre 11 en janvier 2003 et de la loi en novembre 2006.

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

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

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

ACTIONS EN JUSTICE

La société 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, aux prestations de retraite et aux avantages sociaux, aux impôts, aux soins médicaux, aux déplacements, aux systèmes d'information, à la gestion du risque, à la trésorerie et aux 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 2010. Les honoraires versés aux termes de cette entente sont révisés chaque année par le Comité d'audit.

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., auditeurs de la société, produit le Rapport des auditeurs aux actionnaires portant sur les états financiers consolidés annuels audités de la société. KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L. est un cabinet indépendant de la société au sens du Code de déontologie de l'Ordre des comptables agréés de l'Ontario.

COMITÉ D'AUDIT

La charte du Comité d'audit, telle qu'elle a été approuvée par le conseil d'administration de la société le 23 février 2011, est incluse à l'Annexe A. La liste des membres du Comité d'audit figure ci-dessous. Tous les membres du Comité d'audit 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 d'audit 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. O'Neill, FCA, était auparavant chef de la direction de PricewaterhouseCoopers Consulting, chef de l'exploitation de PricewaterhouseCoopers LLP, Global et chef de la direction de PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l., Canada. M. O'Neill est titulaire d'un B. Comm. de l'Université Queen's.

M. Wetmore était auparavant président 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 D'AUDIT EXTERNE

L'ensemble des honoraires de KPMG s.r.l./s.e.n.c.r.l. pour services professionnels nécessaires à l'audit et à la préparation des états financiers de la société et pour autres services rendus au cours des exercices 2010 et 2009 se répartit comme suit :

| | 2010 | 2009 |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| | Réel | Réel |
| | (en milliers de dollars) | (en milliers de dollars) |
| Honoraires d'audit ¹⁾ | 2 794 | 2 399 |
| Honoraires pour services afférents à l'audit ²⁾ | 1 681 | 1 128 |
| Tous les autres honoraires ³⁾ | 1 694 | 828 |
| Total des honoraires | 6 169 | 4 355 |

¹⁾ Les honoraires d'audit incluent les honoraires pour services rendus à l'occasion de l'audit des états financiers consolidés de la société.

²⁾ Les honoraires pour services afférents à l'audit incluent la certification et les services afférents qui sont effectués par l'auditeur de la société. Ces services incluent l'examen des résultats trimestriels communiqués aux actionnaires, l'audit 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, à l'observance des lois et règlements et à l'adoption par la société des Normes internationales d'information financière (les « IFRS »).

La charte du Comité d'audit prévoit que tout service, à l'exception de l'audit, rendu par l'auditeur doit être préalablement approuvé par le Comité d'audit. Le Comité d'audit peut déléguer à un ou plusieurs de ses membres, le pouvoir d'approuver au préalable tout service qui n'est pas un service d'audit et qui doit être rendu par l'auditeur, dans la mesure permise par la loi.

INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES

1. Des informations supplémentaires, y compris sur la rémunération et les prêts aux administrateurs et membres de la direction, les principaux porteurs de titres de la société, les titres dont l'émission est autorisée aux fins de régimes de rémunération à base d'actions, le cas échéant, figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations par la direction aux fins de l'assemblée annuelle qui se tiendra le 5 mai 2011. 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 PC, filiale de la société.

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