

Loblaw

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2011

Le 23 février 2012

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE 2011

TABLE DES MATIÈRES

ÉNONCÉS PROSPECTIFS	3
STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ	4
Constitution en société	4
Relations intersociétés	4
APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ	5
Produits et services	5
Programme de marques contrôlées	6
Chaîne d'approvisionnement	8
Relations de travail et questions liées à l'emploi	8
Technologies de l'information	10
Acquisition de T&T Supermarket Inc.	11
Performance financière	11
DESCRIPTION DES ACTIVITÉS	12
Activités de la société	12
Divisions géographiques et bannières	13
Situation concurrentielle	15
Clients	16
Produits de marques contrôlées	16
Commercialisation	17
Propriété intellectuelle	17
Technologies de l'information	18
Chaîne d'approvisionnement	18
Caractère saisonnier des activités de la société	19
Établissements à l'étranger	19
Collègues	19
Crédit	19
Environnement, santé et sécurité au travail	19
Responsabilité sociale	20
Sécurité des aliments, santé publique et étiquetage	21
Protection de la vie privée et déontologie	21
Risques et gestion des risques	22
STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	23
Capital social	23
Volume et cours des actions	24
Billets à moyen terme et titres de créance	25
Cotes de solvabilité	25

DIVIDENDES	27
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION	28
POURSUITES	31
CONTRATS IMPORTANTS	31
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	32
EXPERTS	32
COMITÉ D'AUDIT	32
HONORAIRES D'AUDIT EXTERNE	33
INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES	34
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 opérationnels, 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. La présente notice annuelle contient des énoncés prospectifs à l'égard des attentes suivantes de la société :

- ses dépenses d'investissement se chiffreront à environ 1,1 milliard de dollars en 2012;
- les coûts liés à la conversion de certains magasins conventionnels de l'Ontario, conformément aux modalités des conventions collectives ratifiées en 2010 varieront entre 30 millions de dollars et 40 millions de dollars;
- les coûts marginaux liés aux investissements dans les technologies de l'information (les « TI ») et la chaîne d'approvisionnement s'établiront à environ 70 millions de dollars en 2012;
- les coûts marginaux liés à la bonification de son offre de produits et de services à la clientèle se chiffreront à environ 40 millions de dollars;
- le bénéfice net par action pour l'exercice 2012 en entier enregistrera une baisse par rapport à celui de 2011 et la pression s'exercera davantage au cours de la première moitié de l'exercice puisque la société s'attend à ce que les activités ne combent pas les coûts marginaux liés aux investissements dans les TI et la chaîne d'approvisionnement ainsi que dans l'offre de produits et de services à la clientèle.

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. Ils traduisent également les hypothèses actuelles de la direction quant aux risques et aux incertitudes dont il est question plus loin et leur incidence respective sur la société. De plus, les attentes de la société quant à son bénéfice net en 2012 reposent en partie sur les hypothèses selon lesquelles les taux d'impôt seront semblables à ceux de 2011, la société réalisera son plan d'accroissement de la superficie nette de vente au détail en pieds carrés de 1 % et la société n'aura à faire face à aucun événement défavorable ou coût imprévu relativement aux investissements dans les TI ou la chaîne d'approvisionnement.

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 :

- l'incapacité de réaliser une croissance des produits ainsi que les économies et l'efficacité opérationnelle prévues résultant des initiatives importantes de la société, notamment ses investissements dans les systèmes de TI, notamment la mise en œuvre des systèmes de TI de la société, ou l'obtention de résultats imprévus associés à la mise en œuvre de ces initiatives;
- l'incapacité de l'infrastructure de TI de la société à soutenir les besoins de celle-ci;
- une intensification de la concurrence exercée par les concurrents actuels ou les nouveaux venus sur le marché;
- l'évolution de la conjoncture économique, notamment des taux d'inflation ou de déflation, ainsi que les variations des taux d'intérêt, des cours de change et des cours des dérivés et des marchandises;
- les événements touchant la santé publique, notamment ceux liés à la sécurité des aliments;
- l'incapacité d'obtenir les résultats souhaités au cours des négociations collectives, y compris les modalités des futures conventions collectives, ce qui pourrait entraîner des arrêts de travail;
- l'incapacité de la société à gérer les stocks de manière à atténuer l'incidence des problèmes liés aux stocks désuets ou excédentaires et à contrôler les pertes;
- l'incapacité de la société de tenir des registres appropriés à l'appui de sa conformité aux règles, aux règlements et aux politiques comptables, fiscales ou juridiques;
- l'incapacité des magasins franchisés de la société d'afficher la performance attendue;
- 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 questions d'approvisionnement et de contrôle de la qualité des fournisseurs;
- la modification des lois et des règlements s'appliquant à la société et à ses activités, ou l'incapacité de les respecter, y compris les changements apportés à la réglementation concernant le prix des médicaments génériques sur ordonnance, la réduction des remboursements accordés en vertu des régimes d'assurance-médicaments publics et la diminution des indemnités professionnelles pharmaceutiques versées par les fabricants de médicaments;
- les changements dans les passifs d'impôt de la société, notamment l'impôt sur le résultat, ainsi que dans les passifs liés à la réglementation et aux taxes à la consommation, y compris les changements découlant des modifications des lois fiscales, des règlements sur les impôts ou des cotisations futures;
- toute cotisation que la société pourrait être tenue de verser à ses régimes de retraite agréés à prestations définies par capitalisation ou à ses régimes de retraite interentreprises auxquels elle cotise en sus des cotisations qu'elle envisage de verser à l'heure actuelle;
- le risque que la société subisse une perte financière si ses contreparties ne s'acquittaient pas de leurs obligations prévues aux termes des contrats conclus avec celles-ci;
- l'incapacité de la société à recouvrer ses créances sur cartes de crédit.

Cette liste des facteurs qui pourraient toucher les énoncés prospectifs de la société n'est pas exhaustive. 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. Ces 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 « Risques d'entreprise et gestion des risques » du rapport de gestion figurant dans le Rapport annuel 2011 de la société. 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.

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 canadienne sur les sociétés par actions* 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) Canada L6Y 5S5.

Relations intersociétés

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

Filiale	Territoire de constitution
Glenhuron Bank Limited	Barbade
JFS Inc.	Delaware
Loblaws Alberta Inc.	Alberta
Loblaws Financial Holdings Inc.	Ontario
Les Propriétés Loblaws limitée	Ontario
Loblaws 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

En 2011, la société a continué à consolider ses assises et son infrastructure tout en bonifiant son offre de produits et de services à la clientèle. La société a réorganisé son secteur Vente au détail selon une structure à deux divisions, à savoir Conventionnel et Escompte – afin de pouvoir mieux répondre aux besoins distincts de ses clients. La société a aussi nommé un nouveau président. La société a continué d'investir dans sa chaîne d'approvisionnement et son infrastructure de TI, faisant ainsi progresser le déploiement de son système de TI. La société a également commencé à cibler les occasions d'augmenter stratégiquement sa superficie en pieds carrés et a ouvert trois nouveaux magasins conventionnels, adoptant un nouveau format urbain représenté par son magasin phare Loblaws au Maple Leaf Gardens^{MD}.

Au cours des trois derniers exercices, le chiffre d'affaires des magasins comparables a affiché une hausse de 0,9 % en 2011 (comparativement à celui de 2010), contre une baisse de 1,1 % enregistrée en 2009 (comparativement à celui de 2008). La superficie totale en pieds carrés, y compris les magasins détenus par la société et les magasins franchisés, est passée de 50,6 millions de pieds carrés en 2009 à 51,2 millions de pieds carrés en 2011. Compte tenu de l'importance accordée par la société à cibler les occasions d'augmenter de façon stratégique la superficie en pieds carrés en 2011, le nombre total de magasins détenus par la société et de magasins franchisés est passé de 1 029 en 2009 à 1 046 en 2011.

Une description détaillée des risques d'entreprise et des opérations de gestion du risque connexes se trouve à la rubrique 10 du rapport de gestion compris dans le rapport annuel 2011 de la société.

Produits et services

La société est le plus grand détaillant en alimentation au Canada et l'un des plus grands distributeurs de produits pharmaceutiques, de produits de marchandise générale et de produits et services financiers. L'alimentation demeure le centre névralgique des activités de la société. La société exploite deux divisions de détail, soit Conventionnel et Escompte, afin de mieux répondre aux besoins particuliers de ses clients.

La société a conçu des stratégies de mise en marché s'appuyant sur les préférences des clients, divers facteurs concurrentiels et les occasions présentées par le marché. 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 et d'apporter de la valeur ajoutée pour ses clients. Dans l'Ouest, la société a rénové 26 magasins *Real Canadian Superstores*, a construit deux magasins *nofrills* et a converti cinq magasins *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 les provinces de l'Atlantique, 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 un magasin *Loblaws* en magasin *Maxi & Cie*, a élargi la revalorisation des magasins conventionnels « Le Meilleur du marché » en magasins de la bannière

Loblaws 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 pour mieux répondre aux besoins locaux, 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 « Frissons », 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 et ainsi exécuter rapidement les rénovations et la modernisation. Les clients ont pu profiter de ces améliorations lors de leur visite suivante au magasin. La société a également continué d'améliorer la qualité des aliments frais présentés en magasin en appliquant les meilleures pratiques et en améliorant les processus de tenue des magasins, ce qui a conduit à de meilleurs procédés de stockage et a accru considérablement la disponibilité des produits.

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* ont été rénovés afin de rendre les visites en magasin plus agréables pour les 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 les provinces de l'Atlantique, le réseau de magasins *nofrills* s'est agrandi et compte maintenant sept magasins. Au cours de 2010, des progrès importants ont été réalisés au chapitre de l'élargissement de l'offre de produits frais par la société, de l'augmentation de la productivité opérationnelle et de l'amélioration de la gestion des stocks.

En 2011, la société a poursuivi son plan de transformation et a terminé la rénovation de 121 magasins, dont 78 rénovations de grande envergure, ce qui a rendu les visites en magasin plus agréables pour les clients des différentes bannières et divisions. La société a également commencé à cibler les occasions d'augmenter stratégiquement la superficie en pieds carrés et a ainsi ouvert trois nouveaux magasins conventionnels. La croissance de *nofrills* s'est poursuivie dans les provinces de l'Ouest et dans les provinces de l'Atlantique, grâce à l'ouverture de cinq magasins dans l'Ouest et d'un magasin dans les provinces de l'Atlantique. De plus, les activités de *nofrills* ont continué de se développer en Ontario, grâce à l'ouverture du 200^e magasin de la société à Woodstock en Ontario.

En 2012, la société centrera ses efforts sur des initiatives qui renforceront la position concurrentielle de ses activités et investira dans des occasions d'affaires qui permettront d'accroître la rentabilité à long terme. En 2012, alors que la société mènera à bonne fin son plan de transformation des magasins et l'expansion de *nofrills*, elle reverra aussi son portefeuille de magasins pour tous les formats et investira stratégiquement dans de nouvelles superficies en pieds carrés qui permettront de renforcer sa position concurrentielle au sein du marché de la vente au détail.

L'objectif de la société est bonifier son offre de produits et de services à la clientèle grâce aux produits les plus frais sur le marché, à des assortiments de produits améliorés, à une visite plus agréable en magasin ainsi qu'à un panier d'épicerie constamment concurrentiel, le tout encadré par une offre de produits de marchandise générale concurrentielle qui se démarque. De plus, par l'intermédiaire de certains de ses magasins et de magasins franchisés, la société offre des postes d'essence, des services de laboratoire photographique, des produits et des services optiques et des cliniques médicales. D'autres produits et services offerts par la société sont décrits plus loin.

Le lecteur est prié de consulter le rapport de gestion inclus dans le rapport annuel de 2011, lequel est intégré par renvoi, pour obtenir de plus amples renseignements sur les stratégies de la société et les risques afférents.

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 2009, la société a lancé 524 nouveaux produits *le Choix du Président*, en a amélioré 718 autres, a mis sur les tablettes 1 800 produits *le Choix du Président* présentés dans un nouvel emballage et a célébré le 25^e anniversaire de la marque *le Choix du Président*. En 2010, la société a pris diverses mesures visant à augmenter la rentabilité de ses produits de marques contrôlées centrant ses efforts sur l'innovation, notamment le lancement du nouveau programme « Délices du bar laitier », qui a remporté un vif succès et dans le cadre duquel elle offre 14 nouvelles saveurs de crème glacée et d'une nouvelle campagne publicitaire intégrée à l'échelle nationale dans le cadre de laquelle sont organisés des événements dans les parcs de stationnement de ses magasins partout au pays. En 2011, la société a continué d'innover ses produits de marques contrôlées, notamment en lançant sa nouvelle gamme de produits fins *PC collection noire*, qui proviennent du monde entier. Il s'agit de la première gamme de produits lancée par la société depuis 2005. Au cours du quatrième trimestre de 2011, 162 produits de la « collection noire » ont été mis en marché dans 140 magasins conventionnels. De plus, la société a réussi à revoir plus de 400 produits *Menu bleu* afin de permettre aux consommateurs de mieux comprendre les bienfaits de ces produits pour la santé. Et pour répondre encore mieux aux besoins des clients soucieux de s'alimenter sainement, la société a aussi procédé au lancement de 13 nouveaux produits alimentaires pour bébés de la marque *PC Biologique* et de 20 nouveaux produits sans arachides, augmentant ainsi, respectivement, le nombre de produits offerts dans ces deux catégories d'aliments à plus de 60 et à 80 produits. En 2012, la société cherchera à tirer profit de ses produits de marques contrôlées existants en matière d'aliments et de produits de marchandise générale et à fournir un environnement en magasin qui sera axé sur la santé et le bien-être. Ces efforts visent à démarquer la société de ses concurrents.

En 2009, la superficie totale dévolue à la vente au détail de ses produits *Joe Fresh* 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*. En 2010, la société a étendu la marque *Joe Fresh* en lançant d'importantes campagnes dans les médias, ce qui en a fait une marque de vêtements de premier plan, et en augmentant la superficie de vente au détail grâce à l'ouverture de la première boutique autonome *Joe Fresh* à Vancouver. En 2011, la société a élargi la marque *Joe Fresh* en ajoutant 11 boutiques autonomes *Joe Fresh*, dont cinq boutiques aux États-Unis, et en augmentant de 10 % la superficie totale de vente au détail de vêtements. De plus, la société a élargi sa gamme d'articles de marchandise générale, grâce au lancement de nouvelles lignes de produits, dont sa ligne de vêtements sport *Jogi*. En 2012, la société mettra à profit ses succès actuels, misera sur la reconnaissance de sa marque et poursuivra sa croissance grâce à l'agrandissement de la superficie de magasins stratégiques.

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 ont pour porte-parole Galen Weston, président du Conseil de la société.

Les produits de marques contrôlées 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 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. 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, les activités et la performance financière de la société. Des stratégies, politiques ou procédures de gestion des fournisseurs inefficaces ou incomplètes pourraient porter atteinte à la capacité de la société d'optimiser sa performance financière, 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 TI des fournisseurs de produits de marques contrôlées 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. L'approvisionnement sur des marchés en développement peut comporter un risque accru.

Chaîne d'approvisionnement

Au cours des cinq derniers exercices, la société a mis en place une initiative de grande envergure consistant à investir dans sa chaîne d'approvisionnement pour l'améliorer, initiative qui comportait la mise à niveau du réseau de distribution physique, l'augmentation de la capacité, la mise en place de nouvelles capacités de prévision, de réapprovisionnement, de distribution et de transport, lesquelles ont amélioré la disponibilité en magasin et la productivité opérationnelle.

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 investissements et des progrès notables dans la mise en œuvre d'un nouveau système de gestion du transport et d'un système de gestion d'entrepôt, ce qui accroîtra la capacité et augmentera la productivité.

En 2010, la société a achevé l'implantation de son 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 accélérer le processus de réapprovisionnement et à faciliter le magasinage pour les clients.

La mise en œuvre de bon nombre d'initiatives visant la chaîne d'approvisionnement a permis à la société de réaliser des économies et des améliorations en matière de transport en ce qui a trait à la qualité du service et à la disponibilité en 2011. De plus, au cours de 2011, la société a mis en place le système de gestion d'entrepôt dans cinq centres de distribution additionnels et a réalisé six déploiements du système de prévision, de planification et de réapprovisionnement. Elle a également continué d'augmenter le nombre de produits acheminés aux fins d'emballage prêt-à-vendre.

En 2012, la société entrera dans les dernières étapes de son plan de chaîne d'approvisionnement. Même si la majorité du travail a été réalisé, 2012 continue d'être une année importante. L'intégration réussie des systèmes de chaîne d'approvisionnement aux systèmes de TI constituera un objectif majeur de 2012 et nécessitera une bonne part d'engagement pour assurer le succès du projet.

La nécessité d'investir dans la chaîne d'approvisionnement de la société en vue de l'améliorer pourrait nuire à sa capacité à bien fidéliser sa clientèle ou à attirer efficacement de nouveaux clients. La société amorce la dernière phase de son programme de renouvellement de la chaîne d'approvisionnement en 2012, phase qui comprendra l'intégration des systèmes de chaîne d'approvisionnement au système de TI. Même si cette mesure 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 aux activités et à la performance financière de la société. De plus, l'intégration de nouveaux systèmes de chaîne d'approvisionnement au système de TI pourrait entraîner des perturbations sur le réseau si elle n'est pas exécutée de façon appropriée, ce qui aurait également des conséquences négatives sur les activités et la performance financière de la société.

Relations de travail et questions liées à l'emploi

Le personnel des magasins et des centres de distribution de la société est majoritairement syndiqué. 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 opérationnelles plus favorables, ce qui complique la tâche de la société quand vient le temps de rivaliser avec eux.

Au cours des trois derniers exercices, 199 conventions collectives ont été négociées avec succès par la société et par la société pour le compte de ses franchisés. La société a procédé à de nombreuses négociations collectives en 2011, 49 conventions ayant expiré et 77 autres ayant été négociées avec succès, dont certaines qui avaient expiré au cours des années précédentes.

En 2011, afin d'améliorer la productivité de la main-d'œuvre, la société a réussi à faire adopter à certains magasins conventionnels de l'Ontario les conventions collectives ratifiées en 2010, lesquelles favorisent l'économie et l'efficacité. Ces transitions se poursuivront tout au long de 2012 et après.

La renégociation des conventions collectives pourrait entraîner des arrêts ou des ralentissements de travail qui, selon leur nature et leur durée, pourraient nuire à la performance financière de la société. Il est impossible de prédire avec certitude l'issue de ces négociations ou la date à laquelle elles prendront fin. Bien que la société tente de réduire le nombre d'arrêts et de conflits de travail en procédant à des négociations précoces, il est tout de même possible que des arrêts ou des ralentissements de travail surviennent, ce qui pourrait entacher la réputation de la société et nuire à ses activités et à sa performance financière. Tout au long de la transition aux nouvelles modalités des conventions collectives conclues en 2011 dans certains magasins conventionnels de l'Ontario, la société a offert des services de consultation aux collègues concernés. Malgré tout le soutien offert par la société dans le cadre de cette transition, le rendement des collègues pourrait s'en ressentir, ce qui pourrait entacher la réputation de la société et avoir une incidence négative sur ses activités et sa performance financière.

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 2009, le service des Ressources humaines de la société a continué d'élaborer des programmes visant à faire de la société un milieu de travail formidable. Une attention particulière a été accordée au recrutement et au maintien en poste des collègues, au perfectionnement des collègues 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 10 meilleures entreprises pour lesquelles travailler selon le Financial Post. De plus, le roulement de la main-d'œuvre affectée aux magasins a été réduit 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'évaluations rigoureuses dans les centres de développement et ont reçu une formation sur les principales compétences et pratiques en gestion de magasin. 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 lauréate régionale du Programme des 10 cultures d'entreprises canadiennes les plus admirées.

En 2011, la société a continué d'investir dans les programmes « Meilleur leadership en magasin » et « Meilleur leadership de catégorie » et a lancé 16 nouveaux centres de développement sur le leadership, où 240 collègues ont participé à des formations. Ces collègues ont bénéficié d'évaluations individuelles et de formations de développement individuel, ce qui a ainsi donné l'occasion à un certain nombre de directeurs adjoints de magasin et d'analystes de catégorie d'être ciblés pour une promotion. En reconnaissance des progrès réalisés, la société a figuré au palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada ainsi qu'au palmarès des meilleurs employeurs de la région du Grand Toronto pour la troisième année consécutive, et elle a fait partie du Programme des cultures d'entreprises canadiennes les plus admirées pour une deuxième année consécutive. De plus, pour la première fois, la société a été reconnue comme l'un des meilleurs employeurs pour les néo-Canadiens et comme l'un des meilleurs employeurs sur le plan de la diversité au Canada, grâce à la diversité de ses collègues et à l'inclusion de ces derniers. De plus, la société a continué d'élaborer des programmes visant à favoriser l'attrait de nouveaux collègues et le maintien en poste des collègues, le perfectionnement professionnel, la planification de la relève, la diversité et l'inclusion ainsi que la santé, la sécurité et le bien-être.

Pour 2012, le service des Ressources humaines 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 et qu'ils comprennent les valeurs et les actions de la société. De plus, la société poursuivra ses mesures visant à favoriser le maintien en poste des collègues, la planification de la relève et le perfectionnement professionnel. Ces mesures sont axées sur l'amélioration de l'engagement des collègues et les plans de relève et visent à soutenir l'objectif que s'est fixé la société d'être « un milieu de travail formidable ».

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 système de TI et d'autres projets importants au sein de la société.

Technologies de l'information

La société poursuit l'importante mise à niveau de son infrastructure de TI.

En 2009, la société a effectué d'importants investissements dans son infrastructure de TI et sa chaîne d'approvisionnement afin de moderniser ses systèmes de manière à accroître la capacité et à augmenter la productivité. Tout au long de l'année, la société s'est concentrée sur la première phase du déploiement de son système de TI. Cette phase visait principalement à bâtir le système financier et le système de grand livre général au sein de Les Propriétés Loblaw limitée et des *Services financiers Le Choix du Président*.

En 2010, la société a mené à bien les première et deuxième phases du déploiement de son système de TI, qui visaient 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 créditeurs et aux achats marketing de la société. De plus, en septembre 2010, des essais pilotes de la prochaine grande application de son système de TI destinée au module de gestion des marchandises ont été lancés. La société a utilisé la nouvelle fonctionnalité de son système de TI pour la clôture de ses troisième et quatrième trimestres. La société a également commencé à implanter un nouveau système de gestion des heures et des présences dans les magasins ainsi qu'un système national de terminaux de points de vente. Dans le cadre de la transformation de sa chaîne d'approvisionnement, la société a continué de mettre en œuvre un système de gestion d'entrepôt ainsi qu'un système de prévision, de planification et de réapprovisionnement.

En 2011, la société a beaucoup progressé sur le plan de la mise en œuvre du système de TI. La société a réalisé avec succès le transfert de toutes les listes de catégories de produits de marchandisage dans le système. Ce transfert nécessitait le nettoyage du fichier de données principal et n'a eu aucune incidence sur ses clients. La société a également implanté le nouveau système de gestion des heures et des présences dans environ 150 magasins, et plus de 240 magasins ont été convertis au système national de terminaux de points de vente. Dans le cadre de la transformation de sa chaîne d'approvisionnement, la société a également continué le déploiement de son système de gestion d'entrepôt et du système de prévision, de planification et de réapprovisionnement.

En 2012, la société entrera dans les phases subséquentes d'intégration de ses systèmes, notamment avec la mise en service de ceux-ci dans le premier centre de distribution et magasin prévue vers la fin de 2012. La réussite de l'intégration de ces systèmes est non seulement essentielle pour améliorer l'exécution et accroître l'efficacité, mais elle nécessitera un effort important à l'égard de la qualité des données et de la modification des activités et de l'adoption des processus normalisés tout au long de l'année. Il s'agit de l'un des plus importants programmes d'infrastructure de TI jamais mis en œuvre sur le marché de la vente au détail, dont la réussite est cruciale pour les stratégies de croissance à long terme de la société. La société cherchera à élargir ses compétences à l'égard des nouvelles capacités du système en matière de marchandisage tout en continuant à investir dans ses capacités futures. Afin d'obtenir un meilleur rendement de la main-d'œuvre et de mieux servir sa clientèle, la société achèvera la mise en place du nouveau système de gestion des heures et des présences dans les magasins qui n'en sont pas encore dotés.

L'incapacité de la société à assurer une migration réussie de ses anciens systèmes au système de TI pourrait nuire à sa réputation et avoir des répercussions défavorables sur ses activités, ses produits et sa performance financière. Toute défaillance ou panne des systèmes de TI actuels de la société au cours du déploiement du nouveau système de TI ou d'autres 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 provoquer une forte perturbation des affaires et même se solder par des pertes financières. De plus, l'incapacité à mettre en œuvre les processus nécessaires au bon fonctionnement du système de TI pourrait causer des inefficiences et des recoupements avec les processus existants.

Des projets importants au sein de la société, dont l'exécution du plan d'infrastructure des TI, sont en cours. La réussite de ces projets 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. Cette équipe se penche 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.

Une mauvaise gestion du changement, notamment par des collègues inexpérimentés, pourrait perturber les activités opérationnelles 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 découler d'un manque de clarté dans la définition des responsabilités, ou d'un manque de communication, de formation ou de connaissances, lesquels pourraient en retour amener les collègues à agir à l'encontre des objectifs de la société. L'incapacité de mettre à exécution adéquatement les différents processus pourrait accroître le risque de mécontentement de la clientèle, ce qui pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société. L'incapacité à intégrer adéquatement et en temps utile plusieurs grands projets complexes sera néfaste pour les activités de la société. Si les collègues ne parviennent pas à concevoir et à exécuter de nouveaux rôles, processus et disciplines, 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.

Acquisition de T&T Supermarket Inc.

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 ce segment de la clientèle qui connaît la plus forte croissance au Canada, 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 20 magasins en Colombie-Britannique, en Alberta et en Ontario, ainsi que trois centres de distribution à Vancouver et deux en Ontario. T&T offre un vaste assortiment de produits d'alimentation asiatiques, l'accent étant mis sur les produits frais et prêts à consommer.

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.

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

Activités de la société

Les Compagnies Loblaw limitée, filiale de George Weston limitée, est le plus grand distributeur en alimentation au Canada et l'un des principaux fournisseurs de produits pharmaceutiques, de produits de marchandise générale et de services financiers. La société s'est donné pour mission d'être le meilleur détaillant en alimentation, en articles de soins de santé et en articles pour la maison au Canada en allant au-delà des attentes des consommateurs en offrant des 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 affiliés. La société compte maintenant deux secteurs opérationnels à présenter : le secteur Vente au détail, qui comprend principalement les produits alimentaires, ainsi que les produits pharmaceutiques, les postes d'essence, les vêtements et les autres articles de marchandise générale; et le secteur Services financiers, qui comprend les services de cartes de crédit, le programme de fidélisation de la clientèle, les services de courtage d'assurance, les services bancaires aux particuliers offerts par l'intermédiaire d'une grande banque à charte canadienne, les services de dépôt ainsi que les services de télécommunications.

Vente au détail

La société exploite des magasins conventionnels et des magasins à escompte. Les bannières détenues par la société comprennent *Atlantic Superstore*, *Dominion*¹⁾ (pour Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Superstore*, *Loblaws*, *Loblaw Great Food*, *Maxi*, *Maxi & Cie*, *Provigo*, *The Real Canadian Superstore*, *T&T Supermarket Inc.* 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 23 installations d'entreposage exploitées par la société, situées partout au Canada, et, au besoin, par des installations d'entreposage détenues par des tiers et des installations d'entreposage temporaires.

Services financiers

La Banque le Choix du Président (la « Banque PC ») 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 (les « CPG ») 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 les Boutiques *Mobile* et *PC Mobile*.

La Banque PC offre la carte MasterCard^{MD} *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 au Québec, où ces services aux particuliers sont fournis par la division des services bancaires directs d'une grande banque à charte canadienne. La société offre également des CPG dans toutes les provinces exclusivement par l'intermédiaire d'un réseau indépendant de courtiers. La société offre aussi des produits additionnels d'assurance habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président* en Ontario, en Alberta et dans les provinces de l'Atlantique par l'intermédiaire de sa filiale Courtier d'assurance *PC Finance inc.* Des produits d'assurance vétérinaire et d'assurance voyage *Services financiers le Choix du Président* sont offerts par l'intermédiaire de l'Agence d'assurance *PC Finance inc.* dans diverses provinces. De plus, la société offre une gamme de services prépayés de téléphonie cellulaire *PC Mobile*. La société exploite les boutiques de services prépayés de téléphonie cellulaire dans bon nombre de ses magasins partout au pays où elle y offre des téléphones cellulaires de différentes marques, y compris de marque *PC Mobile*. Les boutiques de service complet Boutiques *Mobile*, qui sont exploitées par des fournisseurs indépendants, sont établies dans certains magasins de la société partout au pays et offrent des téléphones cellulaires de différentes marques. Les services postpayés des Boutiques *Mobile* sont fournis par une toute une gamme de prestataires de services de téléphonie mobile.

1) Marque de commerce utilisée sous licence.

Divisions géographiques et bannières

Vente au détail

Pour l'exercice écoulé, les activités opérationnelles de la société à l'échelle du Canada et des États-Unis se répartissent comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins affiliés indépendants	Comptes indépendants	Entrepôts
Terre-Neuve-et-Labrador	12	8	13	82	1
Île-du-Prince-Édouard	4	5	8	31	–
Nouvelle-Écosse	32	18	30	192	1
Nouveau-Brunswick	20	22	20	91	2
Québec	189	47	174	423	3
Ontario	164	295	61	–	6
Manitoba	24	–	19	–	1
Saskatchewan	29	6	22	–	–
Alberta	56	25	7	–	3
Territoires du Nord-Ouest	2	–	–	–	–
Yukon	1	1	1	–	–
Colombie-Britannique	46	35	22	–	6
États-Unis	5	–	–	–	–
Total	584	462	377	819	23

Les magasins de la société se répartissent comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins affiliés indépendants
Conventionnel			
Atlantic SaveEasy	–	44	–
Fortinos	–	21	–
Loblaws	77	–	–
Provigo	35	46	–
SuperValu	1	5	11
T&T Supermarket Inc.	20	–	–
Valu-mart	–	61	–
Votre Épicier Indépendant	–	55	–
Zehrs	43	–	–
Autres	–	7	366
Escompte			
Extra Foods	52	20	–
Maxi	89	–	–
Maxi & Cie	21	–	–
<i>nofrills</i>	–	203	–
Atlantic Superstore	51	–	–
Dominion ¹⁾ (Terre-Neuve-et-Labrador)	11	–	–
The Real Canadian Superstore	111	–	–
Cash & Carry	16	–	–
Presto	11	–	–
The Real Canadian Wholesale Club	34	–	–
Vêtements			
Joe Fresh	7	–	–
Joe Fresh US	5	–	–
Total	584	462	377

1) Marque de commerce utilisée sous licence

À la clôture de l'exercice 2011, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était, respectivement, de 64 200 pieds carrés et de 29 600 pieds carrés. Au cours des trois derniers exercices, la taille moyenne des magasins détenus par la société a augmenté de 3,0 % alors que celle des magasins franchisés a diminué de 0,3 %.

La société privilégie comme stratégie l'achat de terrains pour de futurs magasins. À la clôture de l'exercice 2011, la société détenait 72 % 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 96 millions de dollars sur l'ensemble des immobilisations corporelles, y compris les terrains, ayant une valeur comptable nette d'environ 8,7 milliards de dollars à la clôture de l'exercice 2011. La superficie totale des magasins détenus par la société et des magasins franchisés est, respectivement, d'environ 27,0 millions de pieds carrés et 6,3 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 s'approvisionner auprès de la société et payer certains honoraires pour les services fournis par la société ou par des fournisseurs autorisés et certains droits 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 d'aide à la commercialisation et des systèmes de comptabilité. Généralement, les franchisés louent de la société le terrain et le bâtiment des magasins et, s'ils sont admissibles, ils peuvent obtenir un financement par l'intermédiaire d'une structure comportant des fiducies de financement indépendantes afin de faciliter l'achat de la plupart de leurs stocks et de leurs immobilisations corporelles, comprenant principalement du matériel et des équipements.

Les franchisés sont des entreprises indépendantes et, en conséquence, leurs activités opérationnelles peuvent 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, ses activités et sa performance financière. Tel serait également le cas sur le plan des produits opérationnels et du bénéfice si un nombre important de franchisés devaient connaître des difficultés opérationnelles, être exposés à des risques liés à la santé et la sécurité ou refuser ou ne pas être en mesure de payer à la société des marchandises, des loyers ou d'autres frais. Le système de franchise de la société est aussi assujéti aux lois sur les franchises 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 charges administratives et le fardeau administratif, ce qui pourrait nuire aux relations que la société entretient avec ses franchisés. La société offre différents services à ses franchisés dans le but de les aider dans la gestion des activités des magasins, et ce sont des employés spécialisés qui gèrent les obligations de la société envers ses franchisés. Malgré ces mesures, les relations avec les franchisés pourraient donner lieu à des risques importants si elles étaient perturbées, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur la réputation, les activités et la performance financière de la société. 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 la performance financière 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 sur le plan des produits des magasins franchisés.

Services financiers

La société exploite 180 boutiques des *Services financiers le Choix du Président* dans ses magasins de vente au détail situés partout au pays. De plus, la société exploite des boutiques de téléphones cellulaires *PC Mobile* dans plus de 500 de ses magasins à l'échelle nationale. Les Boutiques *Mobile*, qui offrent des services complets, sont exploitées par des fournisseurs indépendants établis dans 75 magasins de la société partout au pays.

Situation concurrentielle

Vente au détail

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 ses produits et sa performance financière.

Les concurrents de la société comprennent les exploitants traditionnels de supermarchés de même que les entreprises de marchandisage de masse, les clubs-entrepôts, les pharmacies, les magasins offrant un assortiment restreint de produits, les magasins à escompte, les dépanneurs et les magasins spécialisés. Bon nombre de ces concurrents offrent maintenant une gamme de produits alimentaires, de produits de pharmacie et d'articles de marchandise générale. D'autres se concentrent sur des assortiments de produits que l'on trouve habituellement dans les supermarchés. La société subit également les pressions de la concurrence provenant autant de l'arrivée 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 vive 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 commercialisation. Toutefois, si la société n'arrive pas à soutenir sa position concurrentielle, ses produits et sa performance financière pourraient en subir les contre-coups.

Services financiers

Le marché canadien des cartes bancaires est très réglementé et hautement concurrentiel. Au cours du dernier exercice, le marché s'est consolidé, deux émetteurs importants ayant vendu leur portefeuille à de grandes banques canadiennes. À mesure que la concurrence s'intensifie sur le marché, les attentes des clients, qui comprennent notamment une bonne valeur, un service hors pair et des programmes qui récompensent leur fidélisation, se redéfinissent. La Banque PC, qui émet les cartes MasterCard^{MD} *Services financiers le Choix du Président*, exerce une concurrence sur ce marché. Son offre unique de valeur proposant des articles d'épicerie gratuits permet à la carte MasterCard^{MD} *Services financiers le Choix du Président* de concurrencer les joueurs dominants sur le marché. L'incapacité de la société de satisfaire les attentes des clients, de prédire les activités sur le marché ou d'exercer une concurrence efficace pourrait avoir une incidence négative sur la capacité de la société d'atteindre ses objectifs.

Les services bancaires aux particuliers de la société et son programme de CPG sont concurrentiels par rapport aux produits comparables offerts par des banques et d'autres institutions financières, et les produits sont émis selon des modalités avantageuses par rapport à celles d'autres produits.

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 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 des produits au sein de la société travaille en étroite collaboration avec les fournisseurs à la conception et la confection de produits pour ses marques contrôlées.

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*, *PC Biologique*, *Menu bleu*, *Format Club*, *PC Produit écologique Vert*, *Exact*, *le Choix de nounours*, *PC Maison* et *Everyday Essentials*.

L'objectif de la société est de fournir à ses clients des marques de premier choix qui soient emblématiques, de renforcer la fidélité des clients par l'intermédiaire de ses produits de marques contrôlées et de se démarquer par l'innovation. Conformément à ces objectifs, la société offre plus de 400 produits de la gamme *Menu bleu* et plus de 300 produits de la gamme *PC Biologique*.

Une gamme d'articles de marchandise générale de marques contrôlées 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

La société a de vastes programmes de commercialisation dont bon nombre mettent principalement 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 large 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 en leur genre est utilisé pour mieux faire connaître aux consommateurs les produits et les 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 est distribué périodiquement au cours de l'année et 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 de la société. 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*. Les marques de commerce *le Choix du Président* et *Joe Fresh* 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 mis davantage sur les projets de commercialisation 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 pc.ca et joefresh.com, et par l'intermédiaire des médias sociaux, comme facebook et twitter, 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.

Propriété intellectuelle

La société a instauré des procédures afin d'enregistrer ses droits de propriété intellectuelle ou de les protéger, 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 découlant 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 de circulaires 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 ses produits et sa performance financière.

Technologies de l'information

La société utilise divers systèmes pour appuyer les principaux aspects fonctionnels de ses activités. L'équipe responsable des 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 acheminer des données sur les opérations de crédit et de débit des magasins au fournisseur de services de compensation de cartes de crédit de la société. La société fait aussi appel à des services d'impartition, plus particulièrement pour les applications et la technologie liées à ses ordinateurs principaux, les activités de pharmacie et de laboratoire photographique et les *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 TI. Ces systèmes sont essentiels pour fournir à la direction l'information dont elle a besoin pour prendre des décisions, notamment ses indicateurs clés de performance, 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 système de TI 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, les activités opérationnelles de l'entreprise reposeront 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 système de TI pourrait porter atteinte à la réputation de la société et avoir une incidence défavorable sur ses activités, ses produits 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 du secteur Vente au détail 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.

La chaîne d'approvisionnement du secteur Vente au détail et le réseau de distribution de la société comptent 23 entrepôts et centres de distribution. La société a également recours aux services logistiques de tiers à 11 de ses centres de distribution, soit ceux de Pickering, d'Ajax, de South Caledon, de Moncton, de Calgary, de Vancouver, de Regina, de Scarborough et du New Jersey. La société utilise différents modes de transport, y compris son propre parc de camions et a recours à des transporteurs publics tiers 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 du secteur Vente au détail de la société relatives aux produits alimentaires, notamment en ce qui a trait au niveau des stocks, au volume des ventes et à 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.

Établissements à l'étranger

Glenhuron Bank Limited, filiale entièrement détenue par 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. JFS Inc., filiale entièrement détenue par la société, exerce les activités liées aux gammes de vêtements de la société aux États-Unis. La société n'est pas tributaire de ces activités.

Collègues

En date du 31 décembre 2011, l'effectif de la société et de ses franchisés comptait environ 135 000 collègues à temps plein et à temps partiel, et comprenait environ 134 800 collègues au sein du secteur Vente au détail et 200 collègues au sein du secteur Services financiers. 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 régis par 364 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 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 et au parc de véhicules servant à la chaîne d'approvisionnement. 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 des programmes 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 leur parcours dans la chaîne d'approvisionnement jusqu'aux consommateurs. Ces appareils, qui contiennent des gaz frigorigènes, pourraient libérer ces gaz dans l'atmosphère en cas de bris ou de fuite. 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 et favorise des systèmes de réfrigération différents qui permettent de réduire de façon importante le besoin de recourir aux produits réfrigérants.

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 augmentent.

La société s'est dotée de programmes de gestion 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 et à surveiller ses activités afin de protéger l'environnement. À cette fin, la société procède à des évaluations et à des audits 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 ses secteurs d'activités. Le Comité de l'environnement et de la santé et sécurité du conseil d'administration (le « Conseil ») reçoit régulièrement des rapports de la direction sur les questions courantes et éventuelles, les risques, les programmes, les initiatives et les formations, 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 des activités opérationnelles 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 tous avoir une incidence défavorable sur la réputation et la performance financière de la société.

Parmi les tendances récentes, il semble que la demande pour les produits ayant un impact moindre sur l'environnement se soit 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 annuel sur la responsabilité sociale, la société s'est fixé 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 ses produits et avoir des répercussions néfastes sur sa performance financière.

Responsabilité sociale

La société est un citoyen qui apporte sa contribution aux collectivités où elle exerce ses activités, notamment en aidant à nourrir les Canadiens, en créant de l'emploi, en donnant aux programmes communautaires, en vendant les produits des fournisseurs locaux et en réduisant son impact sur l'environnement. La responsabilité sociale constitue une considération importante pour la société et définit la manière dont elle exerce ses activités.

La ligne de conduite de la société en matière de responsabilité sociale repose sur les cinq principes suivants : respecter l'environnement, faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement, avoir une influence positive sur le cours des choses dans la collectivité, refléter la diversité de notre pays et être un milieu de travail formidable.

La société croit qu'en contribuant positivement à la collectivité et qu'en réduisant son impact négatif sur l'environnement, elle deviendra le choix privilégié de ses clients et le partenaire privilégié de ses fournisseurs, ce qui entraîne en retour une forte performance financière et donne à la société les moyens de bien servir la collectivité en tant qu'entreprise citoyenne responsable. La société est aussi 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 rester engagés et permet à d'autres de participer à ses efforts.

Le cinquième rapport sur la responsabilité sociale sera publié au printemps 2012.

Sécurité des aliments, santé publique et étiquetage

La société est exposée à des risques liés à la sécurité des aliments, à des défauts de fabrication des articles de marchandise générale et à la conformité aux règlements et aux normes d'étiquetage. Ces risques 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 aux produits de la société et entacher sa réputation.

Le programme de gestion des incidents de la société est conçu de manière à repérer les risques, inclut des procédures de communication claires avec le personnel 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 clients, de ses titulaires de cartes et de ses collègues 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 clients, les titulaires de cartes et les collègues. 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. De plus, elle a 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 la mise en place d'une méthode et d'outils de gestion des risques homogènes à l'échelle de l'entreprise;
- 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, aux activités opérationnelles 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 le suivi des principaux risques. La direction soumet au Comité d'audit une mise à jour semestrielle de la situation des principaux risques selon les changements importants survenus depuis la mise à jour précédente, 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 semestres. Le Comité d'audit attribue la responsabilité de la surveillance de la gestion de chacun des risques soit au Conseil au complet, soit à un comité du Conseil.

Certains des risques opérationnels, des risques liés 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 et peuvent être consultés à l'adresse www.sedar.com ou à l'adresse www.loblaw.ca.

STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Capital social

Le capital social 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 31 décembre 2011, le nombre des actions ordinaires émises et en circulation de la société s'établissait à 281 385 318, une hausse de 807 188 actions ordinaires par rapport au 1^{er} janvier 2011. Le nombre des actions ordinaires autorisées est illimité.

Les options confèrent au porteur le droit d'acheter une action ordinaire à un prix spécifique à chaque option et décrit lors de l'émission de l'option. Au cours de l'exercice 2011, 686 794 options ont été exercées, ce qui a entraîné la livraison correspondante de 686 794 actions ordinaires. Au 31 décembre 2011, il restait 10 750 993 options en cours, une augmentation de 1 430 128 options depuis le 1^{er} janvier 2011.

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.

La société est autorisée à émettre un nombre illimité d'actions privilégiées de deuxième rang, sans valeur nominale ou à la valeur nominale, en séries. Les actions privilégiées de deuxième rang de chaque série ont les caractéristiques suivantes : i) elles ont un rang inférieur à celui des 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 et ii) elles ont un rang supérieur à celui des actions ordinaires, ainsi que celui de toute action de la société d'un rang inférieur, en ce qui concerne a) le paiement des dividendes et b) la distribution prioritaire des actifs de la société en cas de liquidation ou de dissolution volontaire ou involontaire de la société, ou advenant toute autre distribution des actifs de la société à ses actionnaires aux fins de la liquidation de ses activités. Les actions privilégiées de deuxième rang de chacune des séries sont de rang égal à celui des actions privilégiées de deuxième rang des autres séries en ce qui concerne le paiement des dividendes et la distribution prioritaire des actifs de la société en cas de liquidation ou de dissolution volontaire ou involontaire de la société, ou advenant toute autre distribution des actifs de la société à ses actionnaires aux fins de la liquidation de ses activités.

Les actions privilégiées de deuxième rang, série A, ont un rang inférieur à celui des actions privilégiées de premier rang. Les porteurs d'actions privilégiées de deuxième rang, série A, n'ont pas droit de vote. À compter du 31 juillet 2013, la société pourrait racheter, pour une contrepartie en trésorerie, les actions privilégiées de deuxième rang, série A, ou, à son gré, les convertir en actions ordinaires selon des modalités définies. Un maximum de 12 000 000 d'actions privilégiées de deuxième rang, série A, peuvent être émises. En date du 31 décembre 2011, le nombre des actions privilégiées de deuxième rang, série A, en circulation de la société s'établissait à 9 000 000 pour une valeur nominale de 225 millions de dollars.

Volume et cours des actions

Les actions ordinaires et les actions privilégiées de deuxième rang, série A, de Les Compagnies Loblaw limitée sont inscrites à la cote de la Bourse de Toronto et elles sont respectivement négociées, sous les symboles « L » et « L.PR.A ». Les cours extrêmes de clôture mensuels des marchés et le volume moyen quotidien transigé mensuellement pour les actions ordinaires et les actions privilégiées de deuxième rang, série A, de Les Compagnies Loblaw limitée pour 2011 étaient les suivants :

Actions ordinaires

Mois	Haut (en dollars par action)	Bas (en dollars par action)	Volume moyen quotidien par mois (en actions)
Janvier	40,73 \$	37,81 \$	564 120
Février	40,47 \$	38,51 \$	376 603
Mars	39,70 \$	37,79 \$	278 009
Avril	40,45 \$	37,85 \$	251 939
Mai	42,27 \$	39,75 \$	196 488
Juin	41,69 \$	38,40 \$	185 272
Juillet	39,35 \$	36,41 \$	281 719
Août	37,10 \$	34,51 \$	331 974
Septembre	39,44 \$	34,58 \$	486 956
Octobre	39,67 \$	36,65 \$	245 162
Novembre	39,24 \$	35,89 \$	290 120
Décembre	38,60 \$	35,87 \$	439 701

Actions privilégiées de deuxième rang, série A

Mois	Haut (en dollars par action)	Bas (en dollars par action)	Volume moyen quotidien par mois (en actions)
Janvier	27,95 \$	26,75 \$	15 539
Février	27,60 \$	26,95 \$	17 255
Mars	27,45 \$	27,12 \$	3 415
Avril	27,85 \$	26,80 \$	2 434
Mai	27,35 \$	26,90 \$	4 123
Juin	27,35 \$	27,04 \$	2 592
Juillet	27,57 \$	26,75 \$	14 324
Août	27,16 \$	26,75 \$	6 251
Septembre	27,48 \$	26,91 \$	2 798
Octobre	27,49 \$	26,75 \$	16 016
Novembre	27,41 \$	27,10 \$	4 168
Décembre	27,57 \$	27,00 \$	6 122

Billets à moyen terme et titres de créance

Les billets de Les Compagnies Loblaw limitée ne sont ni négociés ni cotés sur une bourse reconnue. Ces billets peuvent être assujettis à certaines clauses restrictives et constituent des obligations non garanties de la société de rang égal à tous les emprunts non garantis qui ne sont pas subordonnés. Au cours de 2011, un billet à moyen terme non garanti de 350 millions de dollars est arrivé à échéance et a été remboursé. Au 31 décembre 2011, des billets d'une valeur totale de 3 631 millions de dollars étaient en circulation.

Les billets émis aux termes d'un placement privé (en dollars américains) de Les Compagnies Loblaw limitée ne sont ni négociés ni cotés sur une bourse reconnue. Ces billets sont assujettis à certaines clauses restrictives et constituent des obligations non garanties de la société de rang égal à tous les emprunts non garantis qui ne sont pas subordonnés. Au 31 décembre 2011, des billets émis aux termes d'un placement privé en dollars américains d'une valeur totale de 300 millions de dollars américains étaient en circulation. Ce montant en dollars américains reste inchangé depuis le dernier exercice.

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 quatrième trimestre de 2011, DBRS a confirmé les cotes de solvabilité de la société et leur tendance. Au cours du quatrième trimestre de 2011, S&P a confirmé les cotes de solvabilité de la société et leur perspective. Au 9 janvier 2011, les cotes de solvabilité de la société Les Compagnies Loblaw limitée relativement à différentes catégories de valeurs mobilières se présentaient comme suit :

	Dominion Bond Rating Service		Standard & Poor's	
	Cotes	Tendance	Cotes	Perspective
Billets à moyen terme	BBB	Stable	BBB	Stable
Actions privilégiées	Pfd-3	Stable	P-3 (élevé)	Stable
Autres billets et débentures	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'acquérir, de vendre ou de conserver les titres et peuvent faire l'objet d'une révision ou d'un retrait en tout temps de la part des agences de notation.

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

Dominion Bond Rating Service

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

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 aussi 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, l'entité 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. En 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

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

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'amoinrir la capacité de l'émetteur de respecter ses engagements à l'égard de l'obligation. Les cotes variant de AA à CCC peuvent être modifiées par l'ajout d'un signe plus (+) ou moins (-) pour traduire la position relative au sein des grandes catégories de cotes. Une perspective de S&P met en évidence l'orientation éventuelle d'une cote à long terme pendant une durée à moyen terme (généralement de six mois à deux ans). En vue d'établir ses perspectives, la société tient compte de tout changement de l'économie ou des conditions fondamentales des activités. Une perspective ne traduit pas nécessairement un changement de cote ou une inscription future sur la liste de surveillance. La désignation « négative » signifie qu'une cote peut être abaissée et la désignation « stable » signifie qu'une cote ne devrait sans doute pas changer.

Actions privilégiées

Les cotes canadiennes de S&P 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 :

	2011	2010	2009
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 \$	1,49 \$

Suivant la clôture de l'exercice 2011, le Conseil a déclaré un dividende trimestriel de 0,21 \$ l'action ordinaire, payable le 1^{er} avril 2012, ainsi qu'un dividende trimestriel de 0,37 \$ l'action privilégiée de deuxième rang, série A, payable le 30 avril 2012.

ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

La liste suivante des administrateurs et membres de la direction est à jour en date du 22 février 2012.

Administrateurs

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
Galen G. Weston ^{1*} (Ontario) Canada	Président du Conseil de Les Compagnies Loblaw 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
Christie J.B. Clark ² (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2011
Gordon A.M. Currie ⁴ (Ontario) Canada	Vice-président exécutif et chef des services juridiques de Les Compagnies Loblaw limitée et de George Weston limitée	2006
Christiane Germain ⁵ (Québec) Canada	Coprésidente et chef de la direction du Groupe Germain	2011
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
Thomas C. O'Neill ^{2*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2003
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 retraite

5. Comité de l'environnement et de la santé et sécurité

* Président ou présidente de comité

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

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

Galen G. Weston
(Ontario) Canada

Président du Conseil

Vicente Trius
(Ontario) Canada

Président

Sarah R. Davis
(Ontario) Canada

Chef de la direction financière

Gordon A.M. Currie
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Chef des services juridiques

Peter K. McMahon
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Chef de l'exploitation

Jocyanne Bourdeau
(Québec) Canada

Vice-présidente exécutive,
Maxi et Maxi & Cie

Mark C. Butler
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Division Conventionnelle

Gordon Chem
(Alberta) Canada

Vice-président exécutif, Extra Foods et Superstore,
Provinces de l'Ouest et Ontario

Barry K. Columb
(Ontario) Canada

Président,
Banque le Choix du Président

Grant Froese
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Division Escompte et grandes surfaces

S. Jane Marshall
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Services immobiliers et stratégie d'affaires

Judy A. McCrie
(Ontario) Canada

Vice-présidente exécutive,
Ressources humaines et relations de travail

Peter McLaughlin
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Affaires émergentes

Sylvain Prud'homme
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif, Épicerie et exploitation –
Conventionnel

Garry Senecal
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Soutien aux divisions et marques

Membres de la direction

Nom, province et pays de résidence

Occupation principale

Vince Scorniaenchi
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif,
Fortinos et développement des produits frais

Robert A. Balcom
(Ontario) Canada

Vice-président principal et secrétaire

Dean Henrico
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Prévention des pertes et gestion des risques

Robert Chant
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Affaires corporatives et communications

J. Bradley Holland
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Fiscalité

Michael Lovsin
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Santé et bien-être

Evangelia (Litsa) Popowich
(Ontario) Canada

Vice-présidente principale,
Contrôleuse

Jeremy Roberts
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Finances

Jason Toledano
(Ontario) Canada

Vice-président principal,
Audit 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 0,16 % des actions ordinaires en circulation.

Tous les administrateurs et les membres du personnel cadre 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. Robert Chant qui était associé, Hill and Knowlton Canada, et qui a auparavant été chef de cabinet du leader du parti d'opposition de l'assemblée législative de l'Ontario; M. Christie J.B. Clark qui était chef de la direction et associé principal, PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l.; M. Barry K. Columb qui était président, CitiCards Canada; Mme Sarah R. Davis qui était vice-présidente et contrôleuse, Rogers Communication Inc.; M. Michael Lovsin qui était vice-président, Mise en marché, Ultra Salon Cosmetics and Fragrance Ltd.; Mme Judy A. McCrie qui était vice-présidente et directrice générale, Laiterie Neilson; M. Peter K. McMahon qui était cadre dirigeant, Wal-Mart Europe ; Mme Evangelia (Litsa) Popowich qui était vice-présidente, Gestion des risques, Fairmont Raffles Hotels International; 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, Mise en marché et de vice-président principal, Exploitation; M. Jeremy Roberts, qui a occupé le poste de chef des services financiers et d'autres postes de haut dirigeant en finances, WorldColor Press Inc. (auparavant, Quebecor World Inc.); M. Vince Scorniaenchi, qui était président, Medica One Ltd.; M. Vicente Trius qui était directeur exécutif, Groupe Carrefour, et a occupé auparavant des postes de haute direction auprès de Wal-Mart Stores dont celui de président-directeur général de Wal-Mart au Brésil, de vice-président exécutif et président-directeur général de Wal-Mart en Asie et de vice-président exécutif et président-directeur général de Wal-Mart en Amérique latine; M. Jason Toledano, auparavant vice-président, Vérification et gestion des risques, Bell Canada Enterprises/Bell Alliant Communications régionales.

M. Bachand était administrateur de Krystal Bond Inc. lorsque la société a fait l'objet le 12 avril 2002 d'une interdiction d'opérations sur valeurs suivant l'omission d'avoir déposé les 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* (la « LACC ») 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 LACC en novembre 2006.

En mars 2006, M. Lacey est devenu membre du conseil d'administration de Stelco Inc., à titre de représentant de Tricap Management Limited. Stelco a déposé une requête visant une mise à l'abri des créanciers aux termes de la *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.

En janvier 2008, M. Roberts était un dirigeant de Quebecor World Inc. 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 LACC a été déposée. Quebecor World Inc. dont la désignation a été modifiée pour World Color Press Inc., s'est libérée des procédures aux termes du chapitre 11 et de la LACC en juillet 2009. M. Roberts a démissionné du poste qu'il occupait au sein de cette société en septembre 2009.

M. Wetmore, administrateur de Research in Motion Limited (« RIM »), a fait l'objet d'une interdiction d'opérations limitée aux dirigeants 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'interdiction a été levée 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.

POURSUITES

La société peut faire l'objet de diverses poursuites et réclamations dans le cadre normal de ses activités. Le résultat de ces poursuites et réclamations demeure incertain. Cependant, compte tenu de l'information dont elle dispose à ce jour, la société ne prévoit pas que ces poursuites et réclamations auront une incidence importante, individuellement ou collectivement, 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 des risques, 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 18 millions de dollars en 2011. 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, au Canada.

EXPERTS

Le cabinet KPMG s.r.l./s.e.n.c.r.l., auditeur de la société, produit le Rapport des auditeurs indépendants 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 de la société le 22 février 2012, 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. Clark, FCA, était auparavant chef de la direction et associé principal de PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l. M. Clark est titulaire d'un B. Comm. de l'Université Queen's.

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 des états financiers de la société et pour autres services rendus au cours des exercices 2011 et 2010 se répartissent comme suit :

(en milliers de dollars)	2011 Réel	2010 Réel
Honoraires d'audit ¹⁾	2 603 \$	2 794 \$
Honoraires pour services afférents à l'audit ²⁾	1 748	1 681
Tous les autres honoraires ³⁾	1 076	1 694
Total des honoraires¹⁾	5 427 \$	6 169 \$

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 l'observance des lois et règlements et à l'adoption par la société des Normes internationales d'information financière

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 3 mai 2012. D'autres informations financières sont également fournies dans les états financiers consolidés de la société et le rapport de gestion relatifs au dernier exercice complet de la société.
2. Des informations supplémentaires ont été déposées auprès du Système électronique de données, d'analyse et de recherche (« SEDAR ») et peuvent être consultées en ligne au www.sedar.com et auprès du Bureau du surintendant des institutions financières (le « BSIF »), organisme de réglementation principal de la Banque le Choix du président, filiale de la société.

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