

Loblaw

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE MISE À JOUR
(pour l'exercice clos le 28 décembre 2013, mise à jour au 2 juin 2014)

Le 2 juin 2014

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

NOTICE ANNUELLE MISE À JOUR

(pour l'exercice clos le 28 décembre 2013, mise à jour au 2 juin 2014)

TABLE DES MATIÈRES

DATE DE L'INFORMATION	3
ÉNONCÉS PROSPECTIFS	3
STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ	4
Constitution en société.....	4
Relations intersociétés	5
DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ACTIVITÉ	5
Vente au détail	7
Services financiers	13
Propriétés de Choix.....	13
Questions liées à l'emploi	14
Technologies de l'information	15
Performance financière	16
Acquisitions significatives.....	16
DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ	17
Activités de la société.....	17
Divisions géographiques et bannières	18
Situation concurrentielle	20
Clients	21
Produits de marques contrôlées	21
Commercialisation.....	22
Propriété intellectuelle.....	23
Technologies de l'information	23
Chaîne d'approvisionnement	23
Caractère saisonnier des activités de la société	23
Établissements à l'étranger	24
Collègues	24
Crédit.....	24
Responsabilité sociale de l'entreprise.....	24
RISQUES	25
Risques d'entreprise et gestion des risques	25
Risques d'exploitation et gestion des risques	26
Analyse des risques d'exploitation et des stratégies de gestion des risques.....	26
Risques financiers et gestion des risques.....	34
Analyse des risques financiers.....	34
STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	36
Capital social.....	36
Volume et cours des actions	37
Billets à moyen terme et titres de créance	38
Facilités de crédit	39
Passif au titre des parts de fiducie	39
Cotes de solvabilité	39

Dominion Bond Rating Service	40
Standard & Poor's	41
DIVIDENDES	42
Offre publique de rachat dans le cours normal des activités	42
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION	43
Administrateurs	43
Membres de la direction	44
ACTIONS EN JUSTICE	45
APPLICATION DE LA LOI	45
CONTRATS IMPORTANTS	46
Convention de services	46
Facilités de crédit	46
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	46
EXPERTS	46
RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ D'AUDIT	47
HONORAIRES D'AUDIT EXTERNE	47
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES	48

DATE DE L'INFORMATION

Sauf indication contraire, tous les renseignements contenus dans la présente notice annuelle mise à jour (la « notice annuelle ») sont à jour en date du 2 juin 2014.

ÉNONCÉS PROSPECTIFS

La présente notice annuelle de Les Compagnies Loblaw limitée et ses filiales (collectivement, la « société » ou « Loblaw ») renferme des énoncés prospectifs portant sur les objectifs, les plans, les buts, les aspirations, les stratégies, la situation financière, les résultats d'exploitation, les flux de trésorerie, la performance, les perspectives et les occasions d'affaires de la société. Les énoncés prospectifs qui figurent dans la présente notice annuelle renferment plus particulièrement, mais sans s'y limiter, des énoncés concernant les résultats et événements futurs attendus, les synergies ciblées qui devraient découler de l'acquisition de Corporation Shoppers Drug Mart (« Shoppers Drug Mart/Pharmaprix »), la situation de trésorerie future, les dépenses d'investissement prévues, le montant des cotisations aux régimes de retraite, l'état et l'incidence du déploiement des systèmes de technologie de l'information (les « TI ») et les plans futurs de la société. Ces énoncés prospectifs se reconnaissent généralement à l'emploi de mots ou d'expressions comme « s'attendre à », « anticiper », « croire », « pouvoir », « entrevoir », « estimer », « objectif », « avoir l'intention de », « prévoir », « chercher à », « faire », « devoir » et autres expressions semblables, conjugués au conditionnel ou au futur, lorsqu'ils se rapportent à la société et à sa direction.

Les énoncés prospectifs reflètent les estimations, opinions et hypothèses actuelles de la société, lesquelles se fondent sur la perception qu'a la direction des tendances historiques, de la situation actuelle et des événements futurs prévus, ainsi que sur d'autres facteurs qui, de l'avis de la direction, sont appropriés dans les circonstances. Les attentes de la société quant à sa performance d'exploitation et financière pour 2014 s'appuient sur certaines hypothèses, notamment en ce qui a trait aux économies de coûts et à l'efficacité sur le plan de l'exploitation qui sont attendues, ainsi qu'à l'augmentation de la superficie en pieds carrés destinée à la vente au détail des concurrents. Les estimations, opinions et hypothèses de la société sont, de par leur nature, assujetties à des incertitudes et à des éventualités importantes d'ordre commercial, économique, concurrentiel ou autre en ce qui a trait aux événements futurs, et sont donc susceptibles d'être révisées. La société ne peut garantir que ces estimations, opinions et hypothèses se révéleront exactes.

Bon nombre de risques et incertitudes pourraient faire en sorte que les résultats réels de la société diffèrent sensiblement de ceux qui sont exprimés explicitement ou implicitement ou de ceux qui sont prévus dans les énoncés prospectifs, notamment ceux qui sont décrits à la rubrique « Risques d'entreprise et gestion des risques » de la présente notice annuelle. Ces risques et incertitudes comprennent les suivants :

- l'incapacité de réaliser les avantages stratégiques ou les synergies en matière d'exploitation, de concurrence et de coûts prévus à la suite de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix;
- l'incapacité de tirer parti des investissements dans les systèmes de TI de la société, y compris le déploiement de ses systèmes de TI, ou l'obtention de résultats imprévus associés à la mise en œuvre de ces initiatives;
- l'incapacité d'obtenir les résultats attendus, y compris la croissance des produits et les économies de coûts ou l'efficacité en matière d'exploitation devant résulter des initiatives importantes de la société, notamment celles liées à la restructuration;
- l'incapacité de l'infrastructure de TI de la société à soutenir les besoins de celle-ci;
- la révision par la société de son estimation du coût des stocks en raison de la mise à niveau de son système de TI;
- 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 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;
- 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 changements dans les passifs d'impôt de la société, notamment en ce qui a trait à l'impôt sur le résultat, à l'impôt sur le capital, aux taxes à la consommation, à l'impôt foncier et aux autres impôts et taxes, ainsi que dans les passifs liés à la réglementation, y compris les changements découlant des modifications des lois fiscales, des règlements sur les impôts ou des cotisations futures;
- l'incapacité de la société à gérer les stocks de manière à réduire au minimum l'incidence des problèmes liés aux stocks désuets ou excédentaires et à contrôler les pertes;
- l'incapacité de s'adapter à l'évolution des goûts des consommateurs et aux modifications des habitudes d'achat;
- 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 sur les marchés bien établis et les marchés en développement;
- l'incidence des obligations éventuelles en matière d'environnement;
- 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 multi-employeurs 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 actuellement 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, à l'occasion, auprès des autorités canadiennes en valeurs mobilières. 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. Sauf dans la mesure où la loi l'exige, la société ne s'engage pas à mettre à jour ou à réviser les présents énoncés prospectifs, que ce soit à la lumière de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement.

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 le centre de services aux magasins de la société sont situés 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 celle-ci. La société possède, directement ou indirectement, la totalité des titres avec droit de vote de ces filiales, sauf ceux de la Fiducie de placement immobilier Propriétés de Choix (« Propriétés de Choix »), dans laquelle la société possède une participation véritable de 82,6 %, compte tenu de sa filiale, Choice Properties Limited Partnership.

Filiale	Territoire de constitution ou de formation
Loblaws Inc.	Ontario
Corporation Shoppers Drug Mart	Canada
Shoppers Drug Mart Inc.	Canada
Banque le Choix du Président	Canada
Choice Properties Limited Partnership	Ontario
Fiducie de placement immobilier Propriétés de Choix	Ontario
JFS Inc.	Delaware
T&T Supermarket Inc.	Colombie-Britannique

DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ACTIVITÉ

La société est le plus grand détaillant en alimentation au Canada et, avec l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, elle devient chef de file canadien de la pharmacie et des produits de beauté. Elle est aussi l'un des plus importants fournisseurs de vêtements, d'articles de marchandise générale et de produits et services financiers. La société compte trois secteurs d'exploitation à présenter. Le secteur Vente au détail comprend principalement la vente au détail liée aux produits alimentaires et aux établissements dirigés par des franchisés-propriétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, en plus des pharmacies en magasin, des autres produits de soins de santé et de beauté, des postes d'essence, des vêtements et des autres articles de marchandise générale. Le secteur Services financiers comprend les services de cartes de crédit, les services 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. Le secteur Propriétés de Choix possède et loue des immeubles commerciaux à revenus.

Pendant les trois dernières années, l'intensification de la concurrence dans le secteur et l'incertitude économique ont créé un environnement difficile pour les détaillants canadiens. Pendant cette période, la société s'est efforcée de bonifier son offre de produits et de services à la clientèle en mettant l'accent sur la qualité, la présentation et l'assortiment des produits frais, le service à la clientèle et la valeur concurrentielle. La société a également adopté des mesures pour améliorer l'expérience de magasinage offerte dans bon nombre de ses magasins d'alimentation. Elle s'est efforcée de se démarquer de la concurrence en offrant des produits de marques contrôlées novateurs; en élargissant sa sélection de produits internationaux et de produits de santé et bien-être; en cherchant des occasions d'accroître ses capacités, incluant par exemple l'ajout de cliniques médicales et de diététistes en magasin afin de mieux répondre aux besoins en évolution des consommateurs canadiens, et en optimisant sa sélection d'articles de marchandise générale afin qu'elle complète mieux son offre de produits alimentaires. De plus, le programme de transformation de la chaîne d'approvisionnement de la société a augmenté la disponibilité des produits et les niveaux d'efficacité. Le déploiement des nouveaux systèmes de TI de la société amorcé en 2012 se poursuit. Au 2 juin 2014, ces nouveaux systèmes étaient en place dans 18 centres de distribution et plus de 260 magasins.

En 2013, la société a fait progresser un certain nombre de projets stratégiques entrepris en 2012. Des efficiences ont été réalisées sur le plan des mesures de contrôle des pertes, des coûts de transport, de l'entreposage, des autres coûts liés à la chaîne d'approvisionnement et de la main-d'œuvre. La société a aussi mis l'accent sur sa stratégie d'investissement dans la réduction des prix offerts en tablette afin de fidéliser la clientèle à long terme. En mai 2013, la société a lancé son programme de fidélisation numérique

PC Plus auprès d'un groupe pilote initial de 44 magasins d'alimentation de la division Marché (anciennement « Conventionnelle ») situées en Ontario. En novembre 2013, le programme *PC Plus* a été étendu à tous les magasins de la division Marché à l'échelle du pays et au réseau de magasins *Real Canadian Superstore*. Le nombre d'adhérents se chiffrait à plus de 5 millions au 2 juin 2014.

Toujours en 2013, Propriétés de Choix a été mise sur pied et la société a conclu une entente visant l'acquisition de la totalité des actions ordinaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix en circulation, moyennant une contrepartie d'environ 6,6 milliards de dollars en trésorerie et l'émission de quelque 119,5 millions d'actions ordinaires. La société a clôturé cette acquisition le 28 mars 2014. D'autres renseignements sur ces initiatives stratégiques importantes sont fournis tout au long de la présente notice annuelle.

D'ici la fin de 2014, la société entend poursuivre le déploiement de plusieurs initiatives stratégiques entreprises en 2013. Elle prévoit continuer à investir dans des produits, services et canaux de distribution novateurs afin de maintenir sa position concurrentielle. Elle compte faire avancer ses initiatives d'efficacité en mettant l'accent sur le déploiement des nouveaux systèmes de TI dans son réseau de magasins d'alimentation détenus par Loblaw et ses centres de distribution restants. En outre, la société s'attellera à concrétiser les avantages stratégiques et les synergies en matière d'exploitation, de concurrence et de coûts attendus de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. Dès la troisième année suivant la clôture de la transaction, la société prévoit dégager des synergies annualisées de l'ordre de 300 millions de dollars (déduction faite des coûts de la transaction). Pendant la première année, les synergies devraient découler essentiellement de la baisse du coût des marchandises vendues et des améliorations au chapitre de l'achat de produits qui ne sont pas destinés à la revente.

Propriétés de Choix

Au troisième trimestre de 2013, Propriétés de Choix a conclu un premier appel public à l'épargne (le « PAPE ») visant le placement de 460 millions de dollars de parts de fiducie (les « parts »), placement qui comprenait l'exercice d'une option de surallocation de 60 millions de dollars. Dans le cadre du PAPE, la société a vendu pour environ 7 milliards de dollars d'immeubles et d'actifs connexes à Propriétés de Choix. Parallèlement au PAPE, George Weston limitée (« Weston »), qui détient environ 46 % des actions ordinaires en circulation de la société, a acquis, par l'intermédiaire de deux filiales en propriété exclusive, 20 000 000 de parts de Propriétés de Choix au prix de 10,00 \$ la part, pour un prix de souscription total de 200 millions de dollars.

Acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix

Le 28 mars 2014, la société a clôturé l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. L'acquisition a réuni deux marques canadiennes de renom et met à profit les forces complémentaires du plus important détaillant en alimentation du pays et du plus important détaillant dans les domaines de la pharmacie et de la beauté. Elle consolide la position concurrentielle de la société au sein du secteur toujours en évolution du commerce de détail et crée du même coup de nouvelles possibilités de croissance pour les actionnaires. Elle offrira aux consommateurs davantage de choix, de valeur et de commodité grâce aux formats de magasin uniques du plus important réseau de détail au Canada, ainsi qu'à la forte présence de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix au sein du segment en croissance des magasins de plus petite superficie situés en milieu urbain.

Outre son modèle classique de pharmacie installée dans un magasin (et le modèle de franchisé titulaire d'une licence au Québec), la société exploite maintenant, par l'intermédiaire de sa filiale Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, un modèle de réseau de pharmacies de franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. Le modèle franchisé-proprétaire allie les principes d'une entente de franchise, par la concession d'une licence d'exploitation d'une pharmacie à des franchisés-proprétaires, aux avantages d'une infrastructure propre à une société. Un franchisé-proprétaire est un pharmacien propriétaire d'une société détenant une licence d'exploitation d'une pharmacie au détail à un emplacement spécifique utilisant les marques de la société. Selon l'entente de licence avec les franchisés, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix fournit des capitaux et un soutien financier permettant aux franchisés d'exploiter les pharmacies *Shoppers Drug Mart*, *Pharmaprix*, *Shoppers Simply Pharmacy* ou *Pharmaprix Simplement Santé* sans investissement initial, sauf dans la province de Québec où un investissement initial est requis.

Par suite de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société tire parti de l'emplacement commun des pharmacies *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix* et d'un certain nombre de services à valeur ajoutée élaborés par Shoppers Drug Mart/Pharmaprix à l'intention de ses patients et clients, dont le programme *HealthWatch/PharmExpert*, qui fournit aux franchisés-proprétaires des outils leur permettant d'aider à fournir des conseils concernant les médicaments, la gestion des soins thérapeutiques et la santé et le bien-être, ainsi que le programme *Shoppers Optimum/Pharmaprix Optimum*, l'un des programmes de cartes de fidélité au détail les plus importants au

Canada. Dans la plupart de ses établissements, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix fournit aussi un service supplémentaire à ses clients en offrant la livraison à domicile gratuite sur toutes les commandes qui comportent des médicaments sur ordonnance ou en vente libre. Shoppers Drug Mart/Pharmaprix offre aussi le renouvellement en ligne d'ordonnances au moyen d'une application mobile et par l'intermédiaire de son site Web www.shoppersdrugmart.ca.

Vente au détail

Le secteur Vente au détail comprend principalement les produits alimentaires au détail et les produits des pharmacies Shoppers Drug Mart/Pharmaprix des franchisés-proprétaires, ainsi que des pharmacies en magasin et autres produits de santé et de beauté, de même que les vêtements, les postes d'essence et les autres articles de marchandise générale.

Offre de produits et de services à la clientèle

L'offre de produits et de services à la clientèle de la société se fonde sur la qualité, le savoir-faire et l'assortiment de produits offerts aux clients. Pendant les trois dernières années, la société s'est progressivement efforcée de travailler à bonifier son offre de produits et de services à la clientèle en insistant davantage sur la qualité, la présentation et l'assortiment des produits frais, sur la qualité du service à la clientèle et la valeur concurrentielle.

En 2011, la société a poursuivi le programme de rénovation de son réseau de magasins d'alimentation commencé en 2009 et diverses améliorations ciblées en matière d'approvisionnement ont été mises en œuvre pour soutenir l'élargissement de l'offre de produits. Le secteur Vente au détail a également été séparé en une division Marché et une division Escompte afin de mieux répondre aux besoins distincts de ses clients.

En 2012, la société a investi dans l'amélioration de sa proposition de valeur concurrentielle, ainsi que dans l'assortiment de produits de certaines catégories d'aliments frais et dans la formation connexe des collègues. L'adoption continue des conventions collectives ratifiées en 2010, ainsi que le déploiement d'un système amélioré de gestion des heures et des présences, a permis à la société de tirer parti d'efficacités supplémentaires dans l'établissement de ses horaires. En 2012, la société a également entamé un processus d'élaboration et de mise en œuvre de revues des catégories des divisions Marché et Escompte dans le but d'améliorer la compétitivité, la rentabilité et la pertinence de chaque catégorie individuelle.

En 2013, la société a continué de bonifier son assortiment d'aliments frais et de créer de la valeur pour les clients. Dans la division Marché, elle a bonifié son assortiment d'aliments frais en y ajoutant de nouveaux produits biologiques, des produits sans gluten ainsi que de la viande offerte dans un emballage sous vide qui présente une durée de conservation plus longue, sans compromettre le goût ni la qualité. La société a également étendu à 63 magasins d'alimentation de son réseau de la division Marché les recettes de chefs bien connus que l'on retrouve au magasin *Loblaws* du Maple Leaf Gardens¹. Dans la division Escompte, la société a fait office de chef de file avec une offre ciblée sur les aliments frais et la fidélisation de la clientèle au moyen de prix justes et durables, ce qui s'est traduit par une augmentation des ventes et du tonnage en dépit d'un environnement très concurrentiel. La division Escompte continue aussi à mousser son offre de produits internationaux et de produits naturels qu'elle considère comme un avantage concurrentiel.

Santé et bien-être

L'une des composantes importantes de l'offre de produits et de services à la clientèle et des activités de la société s'articule autour de la santé et du bien-être. Grâce à l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, le réseau de la société compte maintenant près de 1 800 pharmacies appartenant aux franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et pharmacies en magasin, qui offrent une gamme complète de produits et de services de santé et de bien-être à des millions de clients chaque semaine.

En 2011, la société a lancé la campagne *Get Checked Now* en partenariat avec l'Association canadienne du diabète pour fournir aux Canadiens des évaluations personnalisées et informatisées sur les risques de diabète sous la supervision d'un pharmacien de la société. La société a également réalisé un essai pilote du programme Guide-étoiles, un outil qui évalue les aliments en fonction de leur valeur nutritionnelle, dans certains des magasins d'alimentation qu'elle détient.

¹ Marque de commerce déposée utilisée sous licence.

En 2012, la société a acquis les dossiers d'ordonnance de 106 magasins Zellers. De plus, 14 cliniques médicales et 18 services de lunetterie ont été ajoutés aux magasins d'alimentation de la société. Le programme de la société consistant en la présence de diététistes dans les magasins d'alimentation a remporté un vif succès et a été élargi à 50 magasins supplémentaires, qui du coup sont mieux équipés pour répondre aux questions d'ordre nutritionnel des clients. Le programme de classement des aliments Guide-étoiles a été à nouveau étendu en 2012 et comptait plus de 40 magasins d'alimentation participants à la fin de l'exercice.

En 2013, la société a ouvert 27 nouveaux services de lunetterie et en a rénové 14, portant le nombre total de services de lunetterie en magasin à 141. Avec les ajouts de nouveaux emplacements à l'Île-du-Prince-Édouard et au Yukon, la société compte aujourd'hui des services de lunetterie dans toutes les provinces, sauf au Québec. Il est possible de consulter un opticien autorisé à chaque magasin et de passer un examen de la vue avec un optométriste indépendant dans plus de 100 magasins. Dans les provinces où le champ de pratique des pharmaciens a été élargi, 365 sites de pharmacie en magasin appartenant à la société ont obtenu une certification, ce qui a permis aux pharmaciens d'administrer plus de 100 000 vaccins contre la grippe. Soulignons aussi l'ajout de 46 diététistes en magasin et de 13 cliniques médicales. À la fin de l'exercice, le programme de classement des aliments Guide-étoiles s'étendait à 324 magasins d'alimentation additionnels. Quant aux installations GoodLife Fitness, on les retrouvait dans environ 58 magasins d'alimentation.

D'ici la fin de 2014, la société va ajouter des cliniques médicales dans d'autres magasins d'alimentation, étendre son programme de diététistes, poursuivre le déploiement du programme Guide-étoiles et offrir d'autres services distinctifs ralliant alimentation et santé.

Produits internationaux

La société dessert une population canadienne diversifiée, aussi bien par l'intermédiaire de ses magasins d'alimentation indépendants T&T Supermarket Inc. (« T&T ») que par un assortiment complet de produits internationaux offerts dans les magasins d'alimentation de ses autres bannières. La société a renforcé sa position dans ce secteur en croissance en faisant l'acquisition de T&T en septembre 2009.

Pendant les trois dernières années, la société a continué de mettre l'accent sur le secteur des produits internationaux qu'elle considère comme un facteur de croissance future. En 2011, T&T a lancé une gamme élargie de produits de marque contrôlée *T&T* dans ses magasins d'alimentation, en plus d'ouvrir un nouveau magasin en Ontario dans le cadre de ses projets de croissance.

En 2012, T&T a continué à prendre de l'expansion avec l'ouverture de deux nouveaux magasins *T&T Supermarket* en Ontario. T&T a également lancé le concept *Be Beauty by T&T* dans un de ses magasins pour offrir à ses clients des produits de beauté de marques qu'ils connaissent et des services de pharmacie en chinois. Un assortiment de produits de l'Asie du Sud et de l'Asie de l'Est a également été lancé dans les magasins libre-service de vente en gros de la société. Un projet pilote visant l'offre d'un assortiment de produits de marque contrôlée *T&T* a été mené dans certains magasins des divisions Marché et Escompte.

La société continue de promouvoir les gammes de produits *Rooster*, *Surajet* et *Sufra* et d'étendre leur distribution à davantage de ses bannières. En 2013, à l'occasion du Nouvel An chinois, la société a lancé 33 produits de marques contrôlées *T&T* dans tous les magasins d'alimentation du réseau national. Elle a également lancé 22 produits de boulangerie frais de marque *T&T*, dans certains magasins *Loblaws*, *nofrills* et *Real Canadian Superstore* de l'Ontario. La stratégie sous-jacente des produits internationaux de marques contrôlées de la société consiste à offrir des produits authentiques qui plaisent à une clientèle plus large.

En 2013, la société a aussi élargi son assortiment de produits internationaux dans ses 120 marchés les plus diversifiés, de manière à ce que les offres de produits d'épicerie correspondent davantage aux profils démographiques des marchés. La société a fait la promotion de ce projet à l'aide de circulaires zonées mettant en lumière l'assortiment de produits destinés à un marché donné pendant le reste de l'année. La société a aussi lancé le programme « Je parle votre langue », qui prévoit l'inscription des langues parlées par les collègues sur leur porte-nom et leur caisse afin d'indiquer aux clients dans quelles langues ils peuvent être servis.

Au début de 2014, la société a élargi sa sélection de produits internationaux de marques contrôlées avec le lancement de 25 produits additionnels pour le Nouvel An chinois. Pour le reste de l'année, la société prévoit continuer d'élargir son assortiment de produits multiculturels à l'échelle du réseau de magasins en mettant l'accent sur les produits de l'Asie du Sud, les produits du Moyen-Orient et les produits halal. À cette fin, le 9 avril 2014, la société a acquis Arz Bakery Limited, un détaillant en alimentation et en boulangerie bien établi qui se spécialise dans les produits du Moyen-Orient.

Marques contrôlées

La société propose un programme de marques contrôlées favorisant la fidélisation de la clientèle et la compétitivité des prix. Depuis trois ans, la société se concentre davantage sur la rentabilité et l'innovation de son programme de marques contrôlées dans l'alimentation.

En 2011, la société a pris diverses mesures visant à augmenter la rentabilité de ses produits de marques contrôlées en centrant ses efforts sur l'innovation, notamment en lançant sa nouvelle gamme de produits fins *PC collection noire*, qui proviennent du monde entier. Il s'agissait de la première gamme de produits lancée par la société depuis 2005. Au cours du quatrième trimestre de 2011, 162 produits *PC collection noire* ont été mis en marché dans 140 magasins de la division Marché. De plus, la société a revu les emballages de plus de 400 produits *Menu bleu* afin de permettre aux consommateurs de mieux comprendre les bienfaits de ces produits. Pour répondre encore mieux aux besoins des clients soucieux de s'alimenter sainement, la société a aussi lancé 13 nouveaux produits alimentaires pour bébés de marque *PC Biologique* et 20 nouveaux produits sans arachides, faisant ainsi passer le nombre de produits offerts dans ces deux catégories d'aliments à plus de 60 et 80 produits, respectivement. Comme il est souligné plus haut, T&T a également lancé une gamme élargie de produits de marque contrôlée *T&T* dans les magasins *T&T Supermarket*.

En 2012, la société a continué d'élargir sa sélection de marques contrôlées en mettant notamment l'accent sur l'innovation et l'ajout de produits dans des domaines comme la santé et le bien-être et les produits internationaux. Au cours de l'année, huit articles sans gluten ont été lancés sous la marque *le Choix du Président*. La marque *le Choix du Président* a été la première marque contrôlée au Canada à satisfaire aux exigences du programme de certification sans gluten de L'Association canadienne de la maladie coeliaque lui permettant d'afficher le logo GFCP. La gamme de produits *PC Simplement bon* de la société a été étendue aux produits surgelés en boîte et aux viandes transformées pour offrir plus d'options aux clients à la recherche de produits sans antibiotiques et sans hormones. Les emballages de 235 produits *PC Biologique* ont été modifiés et des affiches supplémentaires ont été placées en magasin pour que les clients trouvent plus facilement les produits naturels et biologiques. La gamme *PC collection noire* a été élargie à plus de 250 produits, l'accent étant mis sur les catégories existantes comme les pâtes et le fromage. Les produits *PC collection noire* ont été déployés dans plus de 240 magasins d'alimentation supplémentaires en 2012. À la clôture de l'exercice, ils étaient disponibles dans plus de 380 magasins d'alimentation.

En 2013, la société a lancé plus de 550 nouveaux produits de marques contrôlées et a amélioré 640 autres produits ou en a revu l'emballage. De plus, neuf produits sans gluten de marque *le Choix du Président* ont été ajoutés à l'offre, ce qui porte à 17 le nombre de ces produits. La gamme de produits *PC Simplement bon* de la société se compose maintenant de 70 produits différents, et la gamme *PC Biologique* a été élargie grâce au lancement de 23 nouveaux produits. Le Programme des légumes-racines *Délices du marché* de la société vise à présenter la « photo du producteur agricole » et des « informations sur le producteur agricole » sur les emballages de 22 produits différents en provenance de 44 fournisseurs à l'échelle nationale. La marque *PC Biologique* s'est hissée au sommet du palmarès des ventes de produits alimentaires pour bébés au Canada, et la marque *PC Nutrition Première* a connu la plus forte croissance dans la catégorie de la nourriture pour animaux domestiques. Toujours en 2013, la société s'est aussi efforcée d'accroître davantage la renommée de ses meilleures marques en ajoutant à la gamme de biscuits *Le Décadent PC* des variétés comme Biscuits aux brisures de chocolat fondant, double et tendre. La gamme de produits *PC collection noire* a aussi continué de s'élargir et compte 29 produits additionnels dans les rayons d'épicerie, des desserts, des mets préparés et de la charcuterie. Grâce à des efforts continus d'amélioration et d'innovation, les saveurs et colorants artificiels ont été retirés de tous les produits *le Choix du Président*, et tous les édulcorants artificiels ont été retirés des produits *Menu bleu*.

Avec l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société étoffe son offre aux consommateurs par l'ajout de produits pharmaceutiques de marques contrôlées commercialisés sous une variété de marques, notamment *Life Brand*, la marque phare de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, mais aussi de services à valeur ajoutée, comme le programme *HealthWatch/PharmExpert*, qui fournit aux franchisés-propriétaires des outils adéquats pour conseiller leurs patients en matière de médicaments, de gestion des soins thérapeutiques, de santé et de bien-être, et le programme *Shoppers Optimum/Pharmaprix Optimum*, l'un des plus vastes programmes de cartes de fidélité au détail au Canada.

En 2014, la société entend poursuivre l'essor des gammes de produits *PC* collection noire et *PC Simplement bon*, continuer à mettre l'accent sur la fraîcheur et approfondir son engagement en matière de santé et de bien-être, notamment en réduisant la teneur en sodium et en retirant les édulcorants artificiels de ses produits de marque *le Choix du Président*. De plus, en 2014, la société continuera à introduire des produits *le Choix du Président* sélectionnés dans certains établissements dirigés par des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et, inversement, à placer certains produits des marques contrôlées Shoppers Drug Mart/Pharmaprix sur les tablettes de ses magasins d'alimentation.

Vêtements et articles de marchandise générale

La société propose une grande sélection de vêtements et d'articles de marchandise générale dans un certain nombre de ses bannières et offre également des vêtements dans ses boutiques autonomes *Joe Fresh* du Canada et des États-Unis. L'objectif premier de la société est de fournir une ligne de vêtements et une gamme d'articles de marchandise générale en complément de son offre de produits alimentaires.

En 2011, la société a commencé la mise en œuvre de sa stratégie « Côté droit du magasin », qui consiste en l'amélioration de la sélection d'articles dans quatre catégories clés : les vêtements, les produits de beauté, les articles pour la maison et les articles pour enfants. Cette stratégie a été mise en œuvre de manière à ce que la sélection d'articles de marchandise générale de la société corresponde mieux à son offre de produits alimentaires. La société a également lancé un certain nombre de nouvelles gammes de produits de marques contrôlées, comme *Jog^{MC}* et *J±*.

En 2012, la société a continué de réaménager les rayons d'articles de marchandise générale de ses magasins d'alimentation et a mené 78 projets « Côté droit du magasin ». Dans le cadre de ce programme, les zones des produits de beauté d'environ 80 magasins ont été rénovées et leur présentation modifiée. La marque *Boing! L'univers des petits* a été lancée en 2012; elle offre des produits colorés pour les enfants dans des catégories comme la vaisselle, la décoration, les solutions pour le rangement, l'organisation et les garde-robes, ainsi que le bain. En 2013, 29 projets de rénovation « Côté droit du magasin » ont été réalisés, ce qui porte le total à 129.

En 2011, la société a augmenté la superficie de vente au détail de la marque *Joe Fresh* en ajoutant 10 boutiques autonomes *Joe Fresh*, dont 5 boutiques aux États-Unis, et en augmentant de 10 % la superficie totale de vente au détail de vêtements. En 2012, la société a annoncé l'établissement d'un partenariat avec J.C. Penney Corporation, Inc. (« JCPenney ») et, en mars 2013, elle a lancé la ligne de vêtements *Joe Fresh* pour femmes dans 683 magasins JCPenney aux États-Unis. L'année 2013 marque aussi le début de la vente en ligne des vêtements *Joe Fresh*, sur le site www.jcpenney.com des États-Unis. On note aussi l'ouverture de trois boutiques autonomes *Joe Fresh* au Canada et d'une autre dans le quartier Soho de la ville de New York, de même qu'une fermeture à Bridgewater, dans le New Jersey. Au Canada, les vêtements *Joe Fresh* sont vendus en ligne depuis octobre 2013 sur le site www.joefresh.com.

En 2013, JCPenney a indiqué qu'elle prévoyait réduire son assortiment de produits *Joe Fresh* dans ses magasins. La société continuera d'approvisionner JCPenney en produits *Joe Fresh* et assurera l'expansion de la marque au Canada et à l'échelle internationale en 2014. À cet effet, le 20 février 2014, la société a annoncé la signature de trois ententes de partenariat qui permettront à la marque *Joe Fresh* de faire son entrée dans 23 pays au Moyen-Orient, en Afrique du Nord, en Europe et en Corée du Sud, sonnante le coup d'envoi de l'expansion de la marque hors du marché nord-américain. La société poursuivra également ses projets de rénovation « Côté droit du magasin », qui devraient pour l'essentiel être achevés d'ici la fin de 2014.

Superficie de vente au détail

En 2011, la société a recommencé à augmenter la superficie de vente au détail après une période de stabilité relative en 2010, celle-ci étant passée de 50,7 millions de pieds carrés en 2010 à 51,2 millions de pieds carrés. En 2012, la société a poursuivi dans cette voie, et la superficie de vente au détail est passée à 51,5 millions de pieds carrés. En 2013, la société a augmenté de 0,8 % la superficie de vente au détail, qui s'établit maintenant à 51,9 millions de pieds carrés.

Pendant les quatre dernières années, la société s'est concentrée sur le développement de sa bannière *nofrills* en Ontario, un marché bien établi, ainsi que dans l'Ouest canadien et les provinces atlantiques. Dans l'Ouest canadien, la société a ouvert neuf magasins *nofrills* en 2010 et cinq en 2011. Dans les provinces atlantiques, la société a ouvert sept magasins *nofrills* en 2010 et un en 2011. En 2011, elle a ouvert son 200^e magasin *nofrills* à Woodstock, en Ontario. En 2011, la société a ouvert trois nouveaux magasins de la division Marché, dont le magasin *Loblaws* du Maple Leaf Gardens, qui constitue le nouveau magasin phare (« Inspiration ») de la société de même qu'un modèle pour la prochaine génération de magasins d'alimentation.

En 2012, la société a ouvert quatre magasins *nofrills* dans l'Ouest canadien, six en Ontario et deux dans les provinces atlantiques. Elle a également ouvert un magasin *Real Canadian Superstore* dans l'Ouest canadien. Un magasin *Zehrs* a aussi ouvert ses portes au cours de l'année en Ontario, tout comme quatre magasins *Your Independent Grocer/Votre Épicerie Indépendant*, situés principalement dans l'Ouest canadien. De plus, deux magasins *T&T Supermarket* ont été ouverts en Ontario au cours de l'année.

En 2013, la division Escompte a ouvert six magasins *nofrills* dans l'Ouest canadien, sept en Ontario et deux magasins *Box by No Frills* (un en Ontario et un dans l'Ouest canadien). La division Escompte a également ouvert un magasin *Real Canadian Superstore* dans l'Ouest canadien et un magasin *Maxi* au Québec. La division Marché a ouvert un magasin *Fortinos*, un magasin *Your Independent Grocer/Votre Épicerie Indépendant*, un magasin *Zehrs Markets*, un magasin *SuperValu* et deux magasins selon le modèle Inspiration, soit un *Provigo Le Marché* au Québec et un *Loblaws City Market* à North Vancouver. La société a aussi ouvert quatre magasins *Joe Fresh*.

Avec l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société a étendu sa superficie de vente de 17,9 millions de pieds carrés, une hausse de 34,5 %. Pour le reste de 2014, il est prévu que les dépenses d'investissement alimentent une croissance d'environ 1,0 % de cette superficie.

Rénovations de magasins

La société modernise régulièrement ses magasins d'alimentation afin d'améliorer l'expérience de magasinage de sa clientèle. En 2009, elle a lancé un programme intensif de rénovation à l'échelle du réseau qui devrait se terminer en 2014. Après ce programme, la société devrait revenir à un cycle de rénovation plus normal, dans le cadre duquel chaque magasin d'alimentation sera revu environ tous les huit ans.

En 2011, la société a poursuivi son plan de transformation et a terminé la rénovation d'environ 120 magasins, dont 80 rénovations de grande envergure, ce qui a amélioré l'expérience de magasinage des clients dans les différentes bannières et divisions.

En 2012, la société a achevé environ 180 projets de rénovation de grande envergure. Environ 50 projets de rénovation visaient la modernisation de certains magasins *Maxi* et *Provigo* afin d'améliorer l'expérience de magasinage des clients. De plus, 80 projets de rénovation ont été réalisés pour soutenir la transition stratégique au concept « Côté droit du magasin », là où sont situées les zones de marchandise générale, pour offrir une plus grande sélection de marchandises dans quatre catégories clés : les vêtements, les produits de beauté, les articles pour la maison et les articles pour enfants. Cinq magasins *T&T Supermarket* ont été rénovés en cours d'année.

En 2013, la société a achevé environ 180 projets de rénovation de grande envergure et 20 projets de conversion. Les projets de rénovation visaient surtout les bannières *Real Canadian Superstore*, *Maxi*, *Provigo*, *Loblaws* et *valu-mart*. La société a réalisé 29 projets de rénovation dans le cadre de son programme de réaménagement des zones de marchandise générale, selon le concept « Côté droit du magasin », et quatre magasins *T&T Supermarket* ont été rénovés en cours d'année. Au Québec, la société a inauguré un *Provigo Le Marché* à Sherbrooke, selon le modèle Inspiration de la société, et a converti six magasins *Loblaws* à cette nouvelle bannière. En 2013, la société a aussi converti un certain nombre de magasins *Extra Foods* de l'Ouest canadien sous les bannières *nofrills* ou *Your Independent Grocer/Votre Épicerie Indépendant*.

D'ici la fin de 2014, la société continuera à enrichir son offre au Québec en convertissant d'autres magasins en *Provigo Le Marché*. En Ontario, la société entend poursuivre la rénovation des principaux actifs de la bannière *Loblaws* selon le modèle Inspiration. Enfin, la société ira de l'avant avec la construction, l'expansion, la rénovation et la relocalisation de certains établissements dirigés par des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, tout en ratissant le marché à la recherche d'occasions d'acquérir d'autres pharmacies et dossiers d'ordonnance.

Chaîne d'approvisionnement

En 2007, la société a mis en place une initiative d'envergure consistant à investir dans sa chaîne d'approvisionnement pour l'améliorer, initiative qui a été en grande partie achevée en 2011 et 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 de l'exploitation.

En 2010, la société a achevé l'implantation de son système de gestion du transport (le « SGT »). Le nouveau système de gestion d'entrepôt (le « SGE ») 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 des produits. De plus, la société a continué de faire des progrès en ce qui a trait à son système de planification, prévision et réapprovisionnement intégrés (le « PPRI ») et a lancé un nouveau système d'emballages prêts-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 de projets 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, en 2011, la société a mis en place le SGE dans cinq centres de distribution additionnels. Elle a également réalisé six déploiements du PPRI et continué d'augmenter le nombre de produits acheminés dans des emballages prêts-à-vendre.

En 2012, la société a continué le déploiement des systèmes. Elle a déployé le SGE dans quatre centres de distribution au cours de cette année. En outre, le système de PPRI a été mis en œuvre dans le centre de distribution et le magasin où le système de TI a été mis en service. Par conséquent, à la clôture de l'exercice, les prévisions pour ce magasin ont été établies principalement en fonction de l'historique du point de vente, les commandes passées aux centres de distribution et aux fournisseurs étant fondées sur les données de réapprovisionnement du magasin. La société a continué d'optimiser ses solutions PPRI, SGE et SGT au cours de l'exercice.

En 2013, la société a achevé l'implantation du SGE dans les trois derniers centres de distribution. Elle a aussi terminé le déploiement du PPRI dans toutes les catégories, de manière à ce que le réapprovisionnement des entrepôts se fasse à l'aide de la nouvelle version du système. La société a aussi implanté ses systèmes de TI dans sept centres de distribution, ce qui porte à huit le nombre de déploiements achevés à la clôture de l'exercice.

Avec l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société s'est dotée de six nouveaux centres de distribution. Elle compte par ailleurs achever le déploiement des systèmes de TI dans les centres de distribution restants (sauf les centres de distribution Shoppers Drug Mart/Pharmaprix).

Relations de travail

Depuis 2011, 206 conventions collectives ont été négociées avec succès par la société et ses franchisés, le cas échéant. La société a procédé à de nombreuses négociations collectives en 2012, 69 conventions ayant expiré et 49 autres ayant été négociées avec succès, dont certaines qui avaient expiré au cours des années précédentes.

En 2013, 64 conventions collectives ont expiré et la société a négocié avec succès 80 conventions collectives, dont trois contenaient des règlements à long terme de cinq à six ans dans les provinces de l'Ouest, soit au Manitoba, en Saskatchewan et en Alberta. Bien que la société ait dû composer avec une grève à court terme de trois jours en Alberta, elle a réussi à maintenir la stabilité à court terme et à obtenir davantage de souplesse pour le long terme, ce qui lui permettra de revoir son modèle économique en matière de la main-d'œuvre et de bénéficier plus de souplesse pour soutenir son programme d'accroissement des investissements dans l'Ouest canadien.

En 2011 et en 2012, afin d'améliorer la productivité de la main-d'œuvre, la société a réussi à faire adopter par certains magasins Marché de l'Ontario les conventions collectives ratifiées en 2010, lesquelles favorisent la réduction de coûts et l'efficacité. Ces transitions ont progressé en 2013 et devraient se poursuivre en 2014 et dans les années à venir.

Services financiers

Le secteur Services financiers de la société vise à offrir des solutions bancaires moins onéreuses que les solutions traditionnelles. Il offre des cartes de crédit ainsi que des produits d'assurance, de téléphonie mobile et des cartes-cadeaux. Pendant les trois dernières années, le secteur Services financiers a eu comme objectif d'élargir son offre, y compris de produits de téléphonie mobile, tout en renforçant la fidélisation de la clientèle à l'échelle de toutes les activités de la société, en particulier au moyen de la croissance du portefeuille de la carte MasterCard *Services financiers le Choix du Président* de la société.

Pendant les trois dernières années, la société s'est ainsi concentrée sur l'élargissement du portefeuille de la carte MasterCard *Services financiers le Choix du Président* de la société. En 2011, la société a reçu environ un million de nouvelles demandes. En 2012, la société a reçu 1,1 million de nouvelles demandes, soit environ le double du nombre de demandes reçues en 2010. En 2013, le nombre de nouvelles demandes reçues par la société a encore augmenté pour s'établir à 1,2 million, un nouveau record. Depuis 2010, environ 500 000 nouveaux titulaires ont activé leur carte MasterCard *Services financiers le Choix du Président*. La société a aussi redynamisé la marque les *Services financiers le Choix du président* avec sa campagne média « Que de bons services financiers ».

En 2011, la société a inauguré 75 kiosques *La Boutique Mobile* dans ses magasins d'alimentation, lesquels offrent des services complets de téléphonie mobile. Les kiosques *La Boutique Mobile* ont été instaurés pour donner aux clients de Loblaw la possibilité de choisir des forfaits et des appareils parmi une gamme complète de fournisseurs dans un seul et même endroit pratique. En 2012 et en 2013, la société a mis en place plus de 100 kiosques *La Boutique Mobile* supplémentaires, portant à plus de 180 le nombre de kiosques que comptait le réseau de magasins d'alimentation à la fin de 2013.

En 2013, la société a lancé les forfaits post-payés de PC mobile afin d'offrir aux Canadiens des options voix et données abordables qui répondent à leurs besoins et la possibilité d'obtenir le double de points PC dans le cadre de ce programme de récompenses. Au cours de l'été 2013, le CRTC a mis en œuvre une nouvelle réglementation qui oblige les fournisseurs à autoriser les abonnés à changer de forfait ou de fournisseur sans frais d'annulation après 24 mois (au lieu de 36 mois, comme auparavant). Cela a eu une incidence sur les ventes des magasins comparables, puisque les fournisseurs facturent dorénavant un montant plus élevé pour les appareils faisant partie de forfaits groupés en raison de la durée contractuelle plus courte.

Pour le reste de 2014, le secteur Services financiers continuera à se pencher sur des projets visant à mieux faire connaître ses services auprès de la clientèle et à mousser la marque *Services financiers le Choix du Président*, y compris le lancement d'un nouveau modèle de pavillon des Services financiers le Choix du Président.

Propriétés de Choix

La principale activité de Propriétés de Choix consiste à détenir en propriété et à acquérir des immeubles en privilégiant les centres commerciaux comportant un supermarché, les supermarchés autonomes présentant ou non des occasions de densification et d'autres immeubles de commerce de détail bien situés qui, de l'avis de la direction, offrent les meilleures chances de générer des flux de trésorerie stables et croissants et une plus-value du capital.

Le 5 juillet 2013, Propriétés de Choix a réalisé son premier appel public à l'épargne visant l'émission de 40 000 000 de parts au prix de 10,00 \$ la part, pour un produit brut total de 400 millions de dollars. Au moment de la clôture du PAPE, Weston a acheté indirectement, par l'intermédiaire de deux filiales entièrement détenues, 20 000 000 de parts au prix de 10,00 \$ chacune, pour un produit brut total de 200 millions de dollars. Propriétés de Choix a utilisé le produit du PAPE pour acquérir indirectement les immeubles initiaux de la société. Le portefeuille initial de 425 immeubles comprenait 415 immeubles de commerce de détail, un complexe de bureaux et neuf immeubles d'entreposage. Le prix d'achat total des immeubles initiaux s'est chiffré à environ 7 milliards de dollars.

Le 17 juillet 2013, Propriétés de Choix a émis 6 000 000 de parts additionnelles au prix de 10,00 \$ la part au moment de l'exercice intégral, par les preneurs fermes, de l'option de surallocation qui leur avait été consentie dans le cadre du PAPE, ce qui a rapporté à Propriétés de Choix un produit brut total de 60 millions de dollars. Propriétés de Choix a utilisé le produit net de l'option de surallocation du PAPE pour rembourser des dettes.

Le 22 octobre 2013, Propriétés de Choix a acquis un portefeuille de neuf immeubles de placement auprès de la société pour un prix d'achat total d'environ 150 millions de dollars, qui a été réglé au moyen de l'émission de 9 925 671 parts de catégorie B de société en commandite et du versement d'un paiement en trésorerie. Le 28 octobre 2013, Propriétés de Choix a acquis un immeuble auprès d'un tiers, à un prix d'environ 2 millions de dollars, qui a été réglé en trésorerie. Le 19 décembre 2013, Propriétés de Choix a acquis deux autres immeubles de placement auprès de la société pour un prix d'achat total d'environ 35 millions de dollars, qui a été réglé au moyen de l'émission de 1 651 212 parts de catégorie B de société en commandite et du versement d'un paiement en trésorerie.

Le 28 février 2014, Propriétés de Choix a fait l'acquisition d'un immeuble industriel en contrepartie d'environ 15,5 millions de dollars en trésorerie. Le 6 mai 2014, Propriétés de Choix a fait l'acquisition d'un portefeuille de 20 immeubles de commerce de détail de la société pour un prix d'achat total d'environ 200 millions de dollars, exclusion faite des coûts de transaction, qui a été réglé au moyen de l'émission de 11 259 208 parts de catégorie B de société en commandite et d'un paiement en trésorerie.

Par suite de ces acquisitions, le portefeuille de Propriétés de Choix au 2 juin 2014 était composé de 456 immeubles dans l'ensemble du Canada, soit 444 immeubles de commerce de détail, neuf entrepôts, un complexe de bureaux, un immeuble industriel et une parcelle de terrain à des fins d'aménagement, pour une superficie totale d'environ 37,6 millions de pieds carrés.

Questions liées à l'emploi

En 2011, la société a continué d'investir dans le perfectionnement des collègues au moyen des programmes « Meilleur leadership en magasin » et « Meilleur leadership de catégorie » dans ses magasins d'alimentation, 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 plans 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 identifiés pour une promotion. De plus, la première vague de collègues à potentiel élevé a terminé un programme de sept mois visant à accroître les capacités de leadership des collègues de Loblaw à potentiel et à rendement élevés. La société a continué d'élaborer des programmes visant à favoriser l'attrait de nouveaux collègues et la rétention des collègues, le développement professionnel, la planification de la relève, la diversité et l'inclusion, ainsi que la santé, la sécurité et le bien-être.

En 2012, la société a continué de se concentrer sur les évaluations et le développement du leadership. Un outil d'évaluation du leadership en ligne a fait l'objet d'un essai pilote au cours de l'exercice, et cette évaluation en ligne a abouti à la création de plans de développement individuel pour le groupe de direction intermédiaire de la société. Le repérage et la formation des collègues prometteurs ont continué d'être une priorité et la seconde vague a terminé le Programme de développement du leadership pour les collègues à potentiel élevé.

En 2012, la société a aussi redéfini et communiqué les valeurs de l'entreprise. Des groupes de réflexion composés principalement de collègues ont été organisés dans tout le Canada et ont mené à l'établissement de quatre valeurs : Le CLIENT d'abord; RESPECTER les autres; S'AMÉLIORER jour après jour; Avoir la COMMUNAUTÉ et l'environnement à cœur. À la fin de l'année, la société s'est concentrée sur la reconnaissance et la récompense des collègues mettant ces valeurs en pratique au quotidien.

Toujours en 2012, la société a procédé à un examen approfondi et à une refonte de son code de conduite (le « Code ») afin de s'assurer qu'il tienne compte des meilleures pratiques du secteur. Le Code traite de diverses questions liées à la conformité, y compris la conformité aux lois, aux règles et aux règlements et aux principes de confidentialité et d'équité qui régissent les relations avec les actionnaires, les clients, les fournisseurs et les concurrents. Tous les administrateurs, dirigeants et employés de la société doivent se conformer au Code et renouveler périodiquement leur engagement à l'observer. Le Code peut être consulté sur le site Web de la société à l'adresse www.loblaw.ca.

En 2013, la société a achevé avec succès le déploiement à l'échelle nationale de son programme de reconnaissance des Héros des valeurs, qui permet aux collègues de reconnaître instantanément la contribution d'un pair ayant posé un geste reflétant les valeurs communes de la société. La société a aussi amorcé des initiatives axées sur la normalisation des processus, l'amélioration des services centralisés, l'accroissement du degré d'agilité et la clarification des rôles, le déploiement du futur modèle d'exploitation et la réduction des coûts. La société a tenu son engagement visant à recruter et à former des gens talentueux par l'intermédiaire de son Programme des finissants et une troisième cohorte a terminé le Programme de développement du leadership pour les collègues à potentiel élevé.

Au cours des trois dernières années, les efforts de la société ont été reconnus de différentes manières, y compris lorsqu'elle a été désignée comme un des 100 meilleurs employeurs au Canada, un des Meilleurs employeurs pour la diversité au Canada et une des Cultures d'entreprise les plus admirées au Canada.

D'ici la fin de 2014, la société entend renforcer la culture axée sur l'agilité et la performance de l'entreprise, de manière à s'assurer que les collègues se concentrent sur les besoins de la clientèle et qu'ils comprennent et mettent en pratique les valeurs de la société. La société poursuivra ses programmes de rétention des collègues, de planification de la relève, de reconnaissance et de développement professionnel, afin d'améliorer l'engagement des collègues et d'atteindre l'objectif qu'elle s'est fixé : « Être un milieu de travail formidable ». De plus, elle continuera à examiner les ressemblances et les différences culturelles entre Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et Loblaw, puis se penchera sur la redéfinition des comportements de leadership à la lumière de ses constats.

Technologies de l'information

Systèmes de TI

La société effectue à l'heure actuelle une importante mise à niveau de son infrastructure de TI. Il s'agit de l'un des plus importants programmes d'infrastructure de TI jamais mis en œuvre sur le marché canadien de la vente au détail, dont la réussite est cruciale pour les stratégies de croissance à long terme de la société. Il est prévu que la mise en œuvre des systèmes de TI rendra le processus de commande et la gestion des stocks plus efficaces en envoyant les commandes aux centres de distribution et aux fournisseurs en fonction des données des points de vente et permettra l'accès à l'inventaire permanent de la majorité des catégories de produits. Étant donné que le système intégré est connecté au réseau de magasins, il devrait fournir plus d'information à la société, ce qui augmentera la rigueur de l'exploitation et, en fin de compte, améliorera l'efficacité et l'expérience de magasinage des clients.

En 2011, la société a mené à bien le transfert des référencements de l'ensemble des catégories de mise en marché vers la nouvelle version des systèmes de TI, sans aucune incidence importante sur les clients. En 2012, le premier centre de distribution et le premier magasin dotés des systèmes de bout en bout, de la commande des produits au règlement des achats des clients à la caisse, ont été mis en service. Ce transfert complexe a été exécuté avec succès et n'a eu aucune incidence sur les clients. Le fichier de données principal a également été intégré au système au cours de l'année et son nettoyage continue.

En 2013, la société a poursuivi le déploiement des systèmes de TI dans certains centres de distribution et dans une partie de son réseau de magasins, réalisant la transition de 74 magasins vers la nouvelle version des systèmes de TI et portant ainsi à 75 le total des magasins utilisant cette nouvelle version. Pour ce qui est des centres de distribution, sept conversions vers la nouvelle version des systèmes de TI ont été réalisées, pour un total de huit. La société a aussi mené à bien la mise en service d'un nouveau centre de données. Compte tenu du déploiement à l'échelle du réseau de magasins, le nettoyage du fichier de données principal demeure une priorité et des progrès ont été faits en vue d'intégrer cette tâche sur une base quotidienne.

La société continue de mettre l'accent sur l'optimisation des données, des systèmes et des processus afin de jeter des assises solides en vue du déploiement, et elle prévoit que les systèmes de TI seront implantés dans l'ensemble de ses centres de distribution (sauf ceux qui approvisionnent les magasins Shoppers Drug Mart/Pharmaprix) et de ses magasins d'alimentation d'ici la fin de 2014.

Système de gestion des heures et des présences et système national de terminaux de points de vente

En 2011, la société a mis en œuvre un nouveau système de gestion des heures et des présences dans environ 150 magasins et, à la fin de 2012, tous les magasins détenus par la société étaient dotés du système. En 2013, le nouveau système de gestion des heures et des présences a été déployé dans 296 magasins franchisés, notamment dans les magasins *nofrills* ainsi que dans les magasins franchisés *Provigo* et *valu-mart*. À la fin de 2013, le nombre total de magasins dotés de ce système s'élevait à 941.

D'ici la fin de 2014, la société prévoit achever le déploiement du système de gestion des heures et des présences dans la plupart des établissements restants, sauf ses pharmacies dirigées par des franchisés-proprétaires.

La société a commencé à mettre en œuvre son système national de terminaux de points de vente en 2010 pour créer une infrastructure et un environnement d'applications uniformisés qui servent de base au déploiement des systèmes de TI et à d'autres nouvelles fonctionnalités à l'échelle de l'entreprise. Plus de 240 magasins ont été convertis au système national de terminaux de points de vente en 2011 et le déploiement a été achevé en 2012.

Performance financière

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

Acquisitions significatives

Le 28 mars 2014, la société a fait l'acquisition de toutes les actions en circulation de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix pour une contrepartie totale d'environ 12,3 milliards de dollars composée d'environ 6,6 milliards de dollars en trésorerie et d'environ 119,5 millions d'actions ordinaires de la société.

La tranche en trésorerie de l'acquisition a été financée comme suit :

- une tranche de 3,5 milliards de dollars a été obtenue au moyen d'une facilité de prêt à terme non garantie, portant intérêt à un taux correspondant au taux des acceptations bancaires majoré de 1,75 %, et échéant le 28 mars 2019;
- une tranche de 1,6 milliard de dollars a été tirée du produit en trésorerie de l'émission de billets non garantis au cours du troisième trimestre de 2013, qui ont été libérés;
- une tranche de 500 millions de dollars a été reçue en contrepartie de l'émission d'environ 10,5 millions d'actions ordinaires à Weston;
- une tranche d'environ 1,0 milliard de dollars provenant de fonds en caisse.

La société a déposé une déclaration d'acquisition d'entreprise le 3 juin 2014 et une déclaration de changement important le 17 juillet 2013 relativement à l'acquisition; ces deux documents peuvent être consultés sur le site www.sedar.com. Plus de renseignements sur la transaction et sur son incidence prévue sur la société sont présentés dans le document d'information déposé par la société le 20 août 2013.

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Activités de la société

Les Compagnies Loblaw limitée est le plus grand détaillant de produits alimentaires, de pharmacie et de beauté au Canada. Elle est aussi l'un des plus importants fournisseurs de vêtements, d'articles de marchandise générale et de produits et services financiers. La société compte trois secteurs d'exploitation à présenter. Le secteur Vente au détail comprend principalement la vente au détail liée aux produits alimentaires et aux établissements dirigés par des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, en plus des pharmacies en magasin, des autres produits de santé et de beauté, des postes d'essence, des vêtements et des autres articles de marchandise générale. Le secteur Services financiers comprend les services de cartes de crédit, les services 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. Le secteur Propriétés de Choix possède et loue des immeubles commerciaux à revenus.

Vente au détail

Le secteur Vente au détail comprend principalement l'alimentation au détail, notamment les magasins des divisions Marché et Escompte. Les bannières de la division Marché offrent un vaste assortiment de produits dans une grande variété de catégories de produits alimentaires et complémentaires, et mettent l'accent sur le service et la valeur. Les bannières de la division Escompte s'efforcent principalement d'offrir des aliments frais au meilleur prix ainsi que du service au moment et à l'endroit où cela importe le plus. Ce modèle offre une gamme simple de produits d'épicerie alors que les magasins à grande surface réunissent sous un même toit un éventail d'aliments frais, d'articles de soins de santé, de vêtements et d'articles pour la maison.

Les bannières détenues par la société comprennent *Atlantic Superstore*, *Box by No Frills*, *Dominion*² (à Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Loblaws*, *Maxi*, *Maxi & Cie*, *Provigo*, *Provigo Le Marché*, *Real Canadian Superstore*, *T&T Supermarket* et *Zehrs Markets*, de même que des magasins de vente de gros, exploités sous le nom *Cash & Carry*, *Presto* et *The Real Canadian Wholesale Club*. Les magasins d'alimentation franchisés et affiliés de la société sont exploités sous les dénominations sociales *Atlantic SaveEasy*, *Extra Foods*, *Fortinos*, *Loblaw City Market*, *nofrills*, *Provigo*, *SuperValu*, *valu-mart* et *Your Independent Grocer/Votre Épicerie Indépendant*.

Le secteur Vente au détail comprend aussi les pharmacies Shoppers Drug Mart/Pharmaprix appartenant aux franchisés-proprétaires exploitées sous la dénomination Shoppers Drug Mart (Pharmaprix au Québec). Shoppers Drug Mart/Pharmaprix possède des pharmacies de cliniques médicales exploitées sous la dénomination *Pharmaprix Simplement Santé* (au Québec) et *Shoppers Simply Pharmacy* ou concède des licences pour leur exploitation et les points de vente de produits de beauté de luxe exploités sous la dénomination *Murale* et possède et exploite les magasins *Shoppers Home Health Care*. Shoppers Drug Mart/Pharmaprix offre également le programme *Shoppers Optimum/Pharmaprix Optimum*, l'un des plus importants programmes de cartes de fidélisation de détail au Canada. Le réseau de vente au détail susceptible d'expansion de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix est généralement réparti dans des commerces de détail de prestige, dont les établissements sont conçus pour maximiser le service et la commodité offerts aux clients et faciliter la circulation de la clientèle et qui comportent des locaux intérieurs bien éclairés et biens signalés.

Le réseau de magasins de détail de la société est soutenu par 27 entrepôts situés partout au Canada (dont 6 ont été acquis lors de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, ainsi que des entrepôts de tiers et des installations d'entreposage temporaires au besoin.

Services financiers

La Banque le Choix du Président (la « Banque PC ») offre aux consommateurs des services financiers de marque *Services financiers le Choix du Président*, notamment la carte MasterCard *Services financiers le Choix du Président*, des certificats de placement garanti (les « CPG ») offerts exclusivement par l'intermédiaire d'un réseau de courtiers et des services bancaires aux particuliers, qui sont offerts par l'intermédiaire de la division des services bancaires directs d'une grande banque canadienne. La société offre également des assurances vie, habitation, automobile, voyage et soins vétérinaires par l'intermédiaire de ses entités d'assurance, ainsi que des cartes-

² Marque de commerce utilisée sous licence.

cadeaux et des services de téléphonie mobile, notamment les kiosques *La Boutique Mobile* et *PC mobile*, en plus de gérer le programme de fidélisation *PC Plus*.

Propriétés de Choix

La principale activité de Propriétés de Choix consiste à détenir en propriété et à acquérir des immeubles en privilégiant les centres commerciaux comportant un supermarché, les supermarchés autonomes présentant ou non des occasions de densification et d'autres immeubles de commerce de détail bien situés qui, de l'avis de la direction, offrent les meilleures chances de générer des flux de trésorerie stables et croissants et une plus-value du capital. Au 2 juin 2014, la société détenait une participation véritable de 82,6 % dans Propriétés de Choix grâce à la propriété de 21 500 000 parts et de 295 333 962 parts de catégorie B de société en commandite, qui ont une valeur économique équivalant aux parts et qui sont échangeables contre celles-ci. Loblaw est le locataire individuel le plus important; au 2 juin 2014, elle occupait une superficie locative brute totale de 88,2 % et représentait 89,5 % des loyers de base annuels.

Des informations supplémentaires sur Propriétés de Choix ont été déposées sur SEDAR et peuvent être consultées en ligne à l'adresse www.sedar.com. L'adresse du site Internet de Propriétés de Choix est www.choicereit.ca.

Divisions géographiques et bannières

Vente au détail

Au 28 mars 2014, les magasins et entrepôts exploités par la société par l'intermédiaire de ses filiales, de ses franchisés et de ses franchisés-proprétaires étaient répartis comme suit à l'échelle du Canada et des États-Unis³ :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Pharmacies des franchisés- propriétaires	Entrepôts
Terre-Neuve-et-Labrador	12	8	28	1
Île-du-Prince-Édouard	4	5	5	0
Nouvelle-Écosse	33	18	37	1
Nouveau-Brunswick	22	23	40	3
Québec	183	62	163	3
Ontario	241	303	598	8
Manitoba	25	1	40	1
Saskatchewan	28	7	32	0
Alberta	65	38	147	3
Colombie-Britannique	70	40	151	7
Territoires du Nord-Ouest	0	2	1	0
Yukon	1	1	2	0
États-Unis	7	0	0	0
Total	691	508	1 244	27

³ De plus, la société approvisionne des magasins d'alimentation affiliés indépendants et des comptes indépendants.

Au 28 mars 2014, la société, par l'intermédiaire de ses filiales, de ses franchisés et de ses franchisés-proprétaires, exploitait les magasins suivants⁴ :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Pharmacies des franchisés- propriétaires
Division Marché			
Atlantic SaveEasy	0	43	0
Fortinos	0	22	0
Loblaws	69	0	0
Provigo	13	62	0
Provigo Le Marché	7	0	0
SuperValu	1	10	0
T&T Supermarket Inc.	22	0	0
Valu-mart	0	59	0
Your Independent Grocer/Votre Épicier Indépendant	0	64	0
Loblaw City Market	0	1	0
Zehrs	44	0	0
Atlantic Superstore	50	0	0
Dominion ⁵ (Terre-Neuve-et-Labrador)	11	0	0
Autres	0	2	0
Division Escompte			
Extra Foods	40	16	0
Maxi	89	0	0
Maxi & Cie	23	0	0
nofrills	0	227	0
Box by nofrills	0	2	0
Real Canadian Superstore	113	0	0
Shoppers Drug Mart			
Shoppers Drug Mart/Pharmaprix	15	0	1 242
Shoppers Home Health Care	62	0	0
Shoppers Simply Pharmacy/Pharmaprix Simplement Santé	50	0	2
Murale	6	0	0
Vente de gros			
Cash & Carry	16	0	0
Presto	11	0	0
The Real Canadian Wholesale Club	32	0	0
Vêtements			
Joe Fresh	10	0	0
Joe Fresh US	7	0	0
Total	691	508	1 244

⁴ De plus, la société approvisionne des magasins d'alimentation affiliés indépendants et des comptes indépendants.

⁵ Marque de commerce utilisée sous licence.

À la fin du premier trimestre de 2014, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était, respectivement, de 66 100 pieds carrés et de 29 500 pieds carrés. Au cours des trois derniers exercices, la taille moyenne des magasins d'alimentation détenus par la société a augmenté d'environ 1,7 % et celle des magasins d'alimentation franchisés, d'environ 0,3 %. À la fin du premier trimestre de 2014, la taille moyenne des pharmacies des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix était de 10 600 pieds carrés, soit une hausse de 4,4 % au cours des trois derniers exercices.

La société privilégie comme stratégie l'achat de terrains pour de futurs magasins, y compris par l'intermédiaire de Propriétés de Choix. À la fin du premier trimestre de 2014, la société détenait 73 % des terrains sur lesquels sont construits les magasins d'alimentation qu'elle détient, 45 % des terrains sur lesquels sont construits les magasins d'alimentation franchisés, ainsi que divers biens en voie d'aménagement ou détenus aux fins d'aménagement futur. La superficie totale des magasins détenus par la société et des magasins franchisés est respectivement d'environ 26,8 millions de pieds carrés et 6,8 millions de pieds carrés. L'ensemble des pharmacies des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix sont louées, à l'exception de 26 pharmacies situées dans des immeubles dont la société est propriétaire. Les pharmacies des franchisés-proprétaires sont louées auprès d'un groupe diversifié de locataires et la plupart d'entre elles sont louées à long terme et comportent des dates échelonnées.

Services financiers

La société exploite 186 kiosques des *Services financiers le Choix du Président* dans ses magasins d'alimentation au détail situés partout au pays. De plus, la société exploite des présentoirs de téléphones cellulaires prépayés dans plus de 450 de ses magasins d'alimentation à l'échelle nationale. Les kiosques *La Boutique Mobile*, qui offrent des services complets, sont exploités par des fournisseurs indépendants établis dans plus de 180 magasins d'alimentation 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 plans stratégiques pourrait avoir un effet négatif sur sa performance financière.

Les concurrents de la société comprennent les exploitants de supermarchés et de pharmacies de détail de même que les entreprises de marchandisation de masse, les clubs-entrepôts, les commerces de détail en ligne, les distributeurs de médicaments sur ordonnance par correspondance, 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 habituellement trouvés dans les supermarchés. La société subit 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'alimentation. L'incapacité de la société à prédire avec efficacité l'activité sur le 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. Si la société n'arrive pas à soutenir sa position concurrentielle, sa performance financière pourrait en subir les contrecoups.

Services financiers

Le marché canadien des cartes bancaires est très réglementé et hautement concurrentiel. Au cours des cinq derniers exercices, deux émetteurs importants du marché de détail ont vendu leurs portefeuilles à de grandes banques canadiennes, un des principaux fournisseurs de services de télécommunications canadiens a déposé une demande de permis bancaire auprès du gouvernement fédéral et une des principales banques canadiennes a annoncé un partenariat avec deux grands détaillants canadiens. 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 fidélité, se redéfinissent. La Banque PC, qui émet les cartes MasterCard *Services financiers le Choix du Président*, exerce une concurrence sur ce marché. Son offre unique de valeur proposant de l'épicerie gratuite permet à la carte MasterCard *Services financiers le Choix du Président* de concurrencer les autres joueurs 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 et le programme de CPG de la société 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.

La Banque PC est assujettie à une réglementation stricte et le défaut de s'y conformer ou de comprendre et de mettre en application de façon efficace les exigences des organismes de réglementation pourrait entraîner des amendes ou d'autres sanctions imposées par les organismes de réglementation et porter atteinte à sa réputation.

Propriétés de Choix

Positionnée au rang des plus importantes entités immobilières cotées en bourse au Canada, Propriétés de Choix fait concurrence à d'autres investisseurs, gestionnaires et propriétaires immobiliers. Des locataires stables et des immeubles pouvant être achetés ou aménagés sont les principaux actifs recherchés par les entités immobilières. Pour attirer les locataires avec des clauses contractuelles souhaitables, les entités immobilières se distinguent habituellement en mettant de l'avant l'emplacement et l'âge de l'immeuble, la commercialisation et l'efficacité de l'exploitation. Pour ce qui est des actifs immobiliers, la concurrence se joue au niveau des ressources, notamment les ressources financières, et de la souplesse d'exploitation. Ayant comme principal locataire un chef de file du marché, des terrains bien situés et un solide bilan, Propriétés de Choix est en bonne position pour livrer concurrence dans le secteur immobilier canadien.

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, les magasins d'alimentation affiliés indépendants et les pharmacies Shoppers Drug Mart/Pharmaprix des franchisés-proprétaires, et qui sont aussi offerts, en quantité limitée, à certains clients indépendants. L'équipe expérimentée qui est responsable de la conception des produits au sein de la société travaille en étroite collaboration avec des 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*, *PC collection noire*, *Format Club*, *Simplement bon*, *Le Décadent*, *PC V.E.R.T.*, *PC Nutrition Première*, *Exact*, *T&T*, *le Choix de nounours*, *Tera Gear*, *Boing! L'univers des petits* et *Everyday Essentials*. Avec l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société offre maintenant aux consommateurs des produits de marques privées supplémentaires commercialisés sous diverses marques de commerce, dont *Life Brand*, la marque de produits contrôlée la plus reconnue de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. En 2013, il y avait plus de 8 000 articles différents de marques contrôlées et de produits de marques exclusives offerts par Shoppers Drug Mart/Pharmaprix.

L'objectif de la société est de fournir à ses clients des marques de premier choix qui soient emblématiques, de fidéliser les clients par l'intermédiaire de ses produits de marques contrôlées et de se démarquer par l'innovation. Les consommateurs canadiens situent les marques *le Choix du Président* et *sans nom* aux 1^{er} et 2^e rangs de leur palmarès⁶. Conformément à ces objectifs, la société offre près de 500 produits de la gamme *Menu bleu*, plus de 280 produits de la gamme *PC collection noire* et plus de 360 produits sous la marque *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 de la société. Ces articles saisonniers, de cuisine, de décoration intérieure, de salle de bain et de literie proviennent de tous les

⁶ Source : MarketTrack de Nielsen, Ventes totales enregistrées (compte non tenu des marques contrôlées des concurrents) lors d'une étude du marché national sur une période de 52 semaines se terminant le 14 décembre 2013 (compte non tenu du marché de Terre-Neuve-et-Labrador). © 2013 The Nielsen Company. Tous droits réservés.

coins du monde et sont destinés à toutes les pièces de la maison. Au cours des dernières années, la société a effectué une refonte de son assortiment d'articles de marchandise générale offert dans ses magasins d'alimentation afin de proposer une sélection plus étendue de produits dans quatre catégories clés : les vêtements, les produits de beauté, les articles pour la maison et les articles pour enfants. Cette stratégie a été mise en œuvre de manière à ce que la sélection d'articles de marchandise générale corresponde mieux à l'offre de produits alimentaires de la société et aux besoins de ses clients.

Commercialisation

La société vend une large gamme de produits 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 produits de marques nationales. Les marques de commerce *le Choix du Président* et *Joe Fresh* font l'objet d'importantes campagnes de publicité à la télévision, dans les journaux et les grands magazines, et sur Internet. La société a également participé à la semaine de la mode à Toronto, où elle a fait la promotion de sa gamme de vêtements *Joe Fresh*.

L'offre de marques contrôlées de la société continue de s'appuyer sur des campagnes de commercialisation présentant 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 combinent les Canadiens depuis des années en offrant la valeur et la qualité exceptionnelles auxquelles les clients s'attendent de la marque *le Choix du Président*. La société a entrepris la conversion de son approche classique axée sur la commercialisation de masse en vue de devenir une organisation dotée d'une approche de commercialisation interactive. Plus de 3 millions de personnes ont visité le site Web www.pc.ca en 2013 et lu plus de 14 millions de pages de son contenu, alors que le lancement du programme *PC Plus* a entraîné la mise en place d'une infrastructure de commercialisation numérique qui permettra à la société de joindre directement des millions de Canadiens.

Au cours des derniers exercices, la société a misé davantage sur les campagnes de relations publiques et le marketing événementiel. En 2011 et en 2012, la série de télé-réalité de la chaîne Food Network Canada, *Recipe to Riches*, mettait en vedette la marque *le Choix du Président*. Dans l'émission, des passionnés de cuisine ont soumis des recettes novatrices à un panel de juges dans l'espoir que leur recette devienne un produit vendu sous la marque *le Choix du Président*. En 2013, la société a lancé plusieurs campagnes publicitaires faisant la promotion des innovations de la marque *le Choix du Président*, comme les viandes *PC Simplement bon*, les produits alimentaires pour bébés *PC Biologique* et la nourriture pour animaux domestiques *Nutrition Première*. Ces campagnes mettaient en vedette Galen Weston, président du Conseil de la société. La campagne portant sur la marque *PC collection noire* a incité les Canadiens à découvrir le gourmet qui sommeille en eux et à essayer cette nouvelle gamme de produits gastronomiques.

En 2013, la société a poursuivi le déploiement d'un plan de commercialisation intégré misant sur le numérique et une approche axée sur le client. Elle a notamment lancé, en mai, une nouvelle plateforme visant la fidélisation de la clientèle, *PC Plus*, auprès d'un groupe pilote composé de 44 magasins *Loblaws* en Ontario. Le projet pilote ayant été concluant, le programme a ensuite été élargi à l'ensemble du réseau de la division Conventiionnelle de la société puis au réseau des magasins *Real Canadian Superstore* en novembre 2013.

La société a aussi remanié son infrastructure de commercialisation numérique afin de favoriser une approche de mise en marché plus intégrée et plus directe. Les sites Web www.pc.ca et www.loblaws.ca ont été redéployés sur la nouvelle plateforme, et ce sera le cas pour d'autres bannières en 2014. La société fait aussi usage des médias sociaux, comme Facebook, Twitter et Pinterest, afin de rejoindre les Canadiens en plus grand nombre, plus rapidement et à meilleur coût qu'auparavant.

En 2014, l'élargissement du programme *PC Plus* demeurera une priorité. La société pourra ainsi étendre sa portée en passant d'une approche de commercialisation de masse à une approche de commercialisation axée sur le client, soutenue par une nouvelle plateforme de commercialisation numérique. En outre, la société s'empressera de tirer parti de l'occasion que présente le programme *Shoppers Optimum/Pharmaprix Optimum* pour mieux saisir les besoins des clients et concevoir des promotions ciblant des groupes et des segments de clientèle précis, ce qui permettra de regrouper les achats des clients dans les pharmacies des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et de stimuler les ventes et la rentabilité. De plus, la société continuera à mettre les produits de marques contrôlées et exclusives à l'avant-plan dans les circulaires Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, de manière à bien distinguer les établissements des franchisés-proprétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix de ceux de la concurrence et à enrichir la proposition de valeur de la société.

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 pour les activités des magasins détenus par la société, des magasins franchisés et des établissements des franchisés-proprétaires. Les marques de commerce de la société utilisées dans le cadre de son programme de marques contrôlées sont présentées aux rubriques « Ventes au détail » et « Services financiers » de la présente notice annuelle. 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.

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 mise à niveau 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 connectés à 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.

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. Au besoin, la société 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 27 entrepôts et centres de distribution. La société a également recours aux services logistiques de tiers dans plusieurs de ses centres de distribution. 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 ferroviaire. 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

JFS Inc., filiale entièrement détenue par la société, exerce les activités liées aux gammes de vêtements de la société aux États-Unis. JFI Global Purchasing Limited, filiale entièrement détenue par la société, exerce les activités liées aux gammes de vêtements de la société à l'échelle internationale. La société n'est pas tributaire de ces activités.

Collègues

En date du 2 juin 2014, la société, par l'intermédiaire de ses filiales, de ses franchisés et des franchisés-proprétaires, comptait environ 193 000 salariés à temps plein et à temps partiel. La majorité des collègues de la société travaillant dans les magasins d'alimentation et les centres de distribution connexes sont syndiqués. Actuellement, les employés syndiqués de la société et de certains de ses franchisés sont régis par 358 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 *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.

Responsabilité sociale de l'entreprise

La société soutient les collectivités où elle exerce ses activités, notamment en aidant à nourrir les Canadiens, en créant de l'emploi, en donnant aux programmes communautaires, en appuyant les fournisseurs locaux, en pratiquant l'approvisionnement responsable et en réduisant son incidence sur l'environnement.

Grâce à cette contribution, elle deviendra le choix par excellence de ses clients et le partenaire privilégié de ses fournisseurs, ce qui entraînera en retour une forte performance financière et donnera à la société les moyens de bien servir les collectivités en tant qu'entreprise citoyenne responsable.

La ligne de conduite de la société en matière de responsabilité sociale de l'entreprise (« RSE ») repose sur les cinq principes suivants : *Respecter l'environnement, Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement, Faire une différence positive dans notre communauté, Refléter les diversités culturelles dans notre pays et Être un milieu de travail formidable.*

La société énonce ses objectifs en matière de RSE et rend compte de ses progrès chaque année dans un document rendu public. Le septième rapport sur la RSE, publié le 1^{er} mai 2014, est disponible au www.loblaw.ca.

RISQUES

Risques d'entreprise et gestion des risques

La société s'est engagée à établir un cadre qui place la gestion des risques au cœur de ses activités. Soucieuse de pérenniser sa croissance et sa réussite, elle s'est dotée d'un programme de repérage et de gestion des risques d'entreprise. Le Conseil a approuvé la politique de gestion des risques et supervise ce programme d'entreprise en approuvant les risques et en établissant les priorités en la matière. Ce programme vise à aider tous les secteurs de l'entreprise à maintenir un niveau approprié de tolérance au risque grâce à une démarche méthodique, une méthodologie et des outils permettant d'évaluer, de mesurer et de surveiller les principaux risques. Les résultats de ce programme et d'autres processus de planification des activités serviront à cibler les risques émergents, 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. Ceux-ci sont repérés et gérés en regard de niveaux de tolérance bien définis. Le programme est conçu de manière à :

- promouvoir une culture de sensibilisation à la gestion des risques et à la conformité au sein de la société;
- contribuer à la gouvernance d'entreprise en offrant une vue d'ensemble des risques auxquels la société est exposée de même qu'un aperçu des méthodes pour les repérer, les évaluer, les mesurer et les contrôler;
- soutenir l'élaboration de méthodes et d'outils de gestion des risques uniformes à l'échelle de l'entreprise;
- permettre à la société de mettre l'accent sur ses principaux risques dans la planification de ses activités et d'en réduire l'incidence sur sa performance financière grâce à une gestion responsable.

Le repérage et l'évaluation des risques sont des éléments importants du cadre de gestion des risques d'entreprise. Une évaluation annuelle de la gestion des risques d'entreprise est effectuée pour repérer et mettre à jour les risques internes et externes, qui peuvent relever tant de la stratégie que de l'exploitation. Les principaux risques que court la société sont classés par ordre de priorité dans cinq catégories : risques financiers, d'exploitation, réglementaires, liés au capital humain et à la réputation. L'évaluation annuelle de la gestion des risques d'entreprise se fonde sur des entrevues, des sondages et des ateliers dirigés avec des membres de la direction et du Conseil. Les risques sont évalués selon la vulnérabilité de la société et l'incidence potentielle des risques sous-jacents sur sa capacité à mener à bien ses stratégies et à atteindre ses objectifs. Les personnes chargées de la gestion des risques se voient attribuer les risques pertinents, et des indicateurs clés sont élaborés. Chaque trimestre, la direction fait état au comité du Conseil des principaux risques, ainsi que de tout changement important survenu depuis la mise à jour précédente, des effets attendus sur les prochains trimestres et de toute variation importante des indicateurs clés. De plus, le niveau des risques est évalué à long terme, ce qui permet d'exercer un suivi de leurs effets sur une longue durée, et de mieux planifier les activités d'atténuation. Le Conseil attribue la responsabilité de la surveillance de la gestion de chacun des risques soit à l'ensemble du Conseil, soit à l'un de ses comités.

Les risques d'exploitation, financiers, réglementaires, liés au capital humain et à la réputation ainsi que les stratégies de gestion des risques sont analysés ci-après. Chacun de ces risques peut avoir une incidence défavorable sur la société et sur sa performance financière. La société s'est dotée de stratégies de gestion des risques, y compris de programmes d'assurance. Toutefois, rien ne garantit que les risques seront effectivement atténués et ne se concrétiseront pas, ni que des événements ou circonstances pouvant avoir une incidence défavorable sur la situation ou la performance financière de la société ne surviendront pas.

Risques d'exploitation et gestion des risques

Le tableau qui suit résume les risques d'exploitation pesant sur la société qui sont décrits en détail ci-dessous :

Acquisition de Corporation Shoppers Drug Mart	Rétention des employés et planification de la relève
Déploiement des systèmes	Capacité d'attirer et de fidéliser des pharmaciens
Réglementation du secteur pharmaceutique	Distribution et chaîne d'approvisionnement
Gestion et évaluation des stocks	Reprise après sinistre et continuité de l'exploitation
Gestion du changement	Protection de la vie privée et sécurité de l'information
Intégrité et fiabilité de l'information	Indépendance des franchisés et relations commerciales avec ceux-ci
Disponibilité, accessibilité et sécurité des technologies de l'information	Réseau de pharmacies des franchisés-proprétaires et relations commerciales avec ceux-ci
Sécurité des produits et santé publique	Solution de rechange visant le choix des fournisseurs de médicaments génériques
Relations de travail	Environnement
Situation concurrentielle	Protection des marques et des bannières
Conjoncture économique	Cotisations aux régimes de retraite à prestations définies
Réglementation et fiscalité	Régimes de retraite multi-employeurs
Actions en justice	Santé et sécurité au travail
Mise en marché	Déontologie et conduite des affaires
Gestion des fournisseurs et tiers fournisseurs de services	

Analyse des risques d'exploitation et des stratégies de gestion des risques

Acquisition de Corporation Shoppers Drug Mart Le 28 mars 2014, la société a acquis toutes les actions en circulation de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. La réussite de la mise en œuvre de l'acquisition dépendra d'un certain nombre de facteurs, y compris les efforts considérables que devra déployer la direction de la société. L'incapacité de réaliser les avantages stratégiques ou les synergies en matière d'exploitation, de concurrence ou de coûts prévus pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société.

Déploiement des systèmes La société poursuit l'importante mise à niveau de son infrastructure des TI. Le déploiement complet des systèmes de TI demandera des efforts et des investissements soutenus. L'incapacité d'assurer une migration réussie vers les nouveaux systèmes de TI ou une panne majeure des systèmes de TI actuels durant le déploiement des nouveaux systèmes pourrait entraîner la non-disponibilité des données précises sur lesquelles la direction s'appuie pour gérer efficacement les activités quotidiennes et atteindre les objectifs d'exploitation de la société, ce qui pourrait provoquer de fortes perturbations des activités, voire des pertes financières. L'incapacité de mettre en œuvre les processus nécessaires au bon fonctionnement des nouveaux systèmes de TI pourrait causer des inefficiences et des recoupements avec les processus existants, ce qui pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société.

Réglementation du secteur pharmaceutique En raison de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, une part croissante du chiffre d'affaires et du bénéfice de la société dépend de ses ventes de médicaments sur ordonnance. Les médicaments sur ordonnance et leur vente sont assujettis à plusieurs lois et règlements fédéraux, provinciaux, territoriaux et locaux. Les modifications apportées à ces lois et règlements, ou le non-respect de ceux-ci, pourraient fortement nuire à la réputation, aux activités, aux produits et à la performance financière de la société.

Les lois et règlements fédéraux et provinciaux établissant les régimes publics d'assurance-médicaments régissent habituellement les médicaments sur ordonnance couverts, l'admissibilité des patients, les remboursements de médicaments, l'admissibilité des médicaments et l'établissement des prix des médicaments, et peuvent même régir les remises que les fabricants sont autorisés à verser aux pharmacies et aux fournisseurs de produits pharmaceutiques, ou que ceux-ci reçoivent. En ce qui concerne le remboursement des médicaments, ces lois et règlements régissent habituellement le coût autorisé d'un médicament sur ordonnance, la majoration de prix autorisée à l'égard d'un médicament sur ordonnance et les honoraires ou les frais d'exécution d'ordonnances qui peuvent être facturés à

la vente de médicaments sur ordonnance à des patients admissibles en vertu du régime public d'assurance-médicaments. Pour ce qui est de l'admissibilité d'un médicament, ces lois et règlements régissent habituellement les exigences liées à l'inscription des produits du fabricant sur la liste des médicaments donnant droit à une prestation ou à une prestation partielle en vertu du régime public d'assurance-médicaments concerné, à l'établissement des prix des médicaments et, dans le cas des médicaments génériques sur ordonnance, aux exigences à respecter pour leur désignation comme produits interchangeable avec un médicament sur ordonnance de marque. En outre, d'autres lois et règlements fédéraux, provinciaux, territoriaux et locaux régissent l'autorisation, le conditionnement, l'étiquetage, la vente, le marketing, la publicité, le traitement, l'entreposage, la distribution, l'exécution d'ordonnances et la mise au rebut de ces médicaments sur ordonnance.

Les ventes de médicaments sur ordonnance, le remboursement des médicaments et l'établissement des prix des médicaments peuvent être touchés par les changements qui surviennent dans le secteur des soins de santé, y compris les modifications législatives et autres qui ont une incidence sur l'admissibilité des patients, l'admissibilité des médicaments, les coûts admissibles d'un médicament sur ordonnance, la majoration de prix autorisée à l'égard d'un médicament sur ordonnance, les honoraires ou les frais d'exécution d'ordonnances payés par les tiers payeurs, ou les remises que le fabricant verse aux pharmacies et aux fournisseurs de produits pharmaceutiques, ou que ceux-ci reçoivent.

La majeure partie des médicaments sur ordonnance qui sont vendus sont remboursés ou payés par des tiers payeurs, comme les gouvernements, les compagnies d'assurance ou les employeurs. Ces tiers payeurs ont cherché et continuent de chercher des façons de gérer le coût de leurs régimes d'assurance-médicaments. Chaque province a mis en œuvre des mesures, législatives ou autres, visant la gestion du coût des services pharmaceutiques et le contrôle des coûts accrus engagés par les régimes publics et privés d'assurance-médicaments, ce qui a une incidence sur le taux de remboursement des médicaments et sur l'accès aux remises versées par les fabricants. Les mesures législatives visant à contrôler le coût des médicaments incluent la diminution des prix des médicaments génériques sur ordonnance, l'interdiction de verser des remises par les fabricants, ou leur restriction, et l'imposition de limites relatives aux médicaments sur ordonnance de marque privée. D'autres mesures appliquées par certains gouvernements payeurs comprennent, entre autres, la restriction du nombre de médicaments sur ordonnance interchangeable qui sont admissibles au remboursement en vertu des régimes provinciaux d'assurance-médicaments. De plus, le Conseil de la fédération, organisme créé par les premiers ministres des provinces en 2003 en vue de favoriser la collaboration intergouvernementale, continue de travailler sur des initiatives en matière de réduction de coûts ayant trait à des produits et à des services pharmaceutiques.

Les lois de certaines provinces prescrivent des exigences à respecter pour qu'un médicament sur ordonnance soit inscrit sur la liste, afin d'assurer que le prix de vente d'un médicament sur ordonnance ne sera pas plus élevé que le prix de vente établi par le fabricant pour le même médicament vendu dans le cadre d'autres programmes provinciaux d'assurance-médicaments. Dans certaines provinces, les éléments des lois et des règlements qui ont une incidence sur le remboursement des médicaments aux pharmacies et sur les remises consenties par les fabricants à la vente de médicaments au titre des régimes publics d'assurance-médicaments s'appliquent également en vertu de la loi à la vente de médicaments au titre des régimes privés. En outre, les tiers payeurs privés (tels que les employeurs et leurs assureurs) cherchent, ou pourraient chercher, à tirer parti de toutes les mesures mises en œuvre par les gouvernements payeurs afin de réduire le coût des médicaments sur ordonnance pour les régimes publics en tentant d'appliquer ces mesures aux régimes d'assurance-médicaments qu'ils offrent ou gèrent. Par conséquent, les modifications apportées à l'égard du remboursement des médicaments et des remises versées par les fabricants en vertu d'un régime d'assurance-médicaments public pourraient aussi avoir une incidence sur le remboursement des médicaments et les remises versées par le fabricant en ce qui a trait aux ventes de médicaments dans le secteur privé. De plus, les tiers payeurs privés pourraient réduire le taux de remboursement aux pharmacies des médicaments sur ordonnance fournis à leurs membres ou pourraient choisir de rembourser aux membres seulement les produits qui figurent sur les formulaires restreints ou qui sont disponibles auprès de fournisseurs privilégiés.

Les modifications législatives et autres en cours ayant une incidence sur les programmes de remboursement des médicaments aux pharmacies, l'établissement des prix des médicaments sur ordonnance et les remises consenties par les fabricants devraient continuer d'exercer des pressions à la baisse sur les ventes de médicaments sur ordonnance. Ces modifications pourraient avoir une incidence défavorable importante sur les activités, le chiffre d'affaires et la rentabilité de la société. En outre, la société pourrait devoir engager des coûts importants pour se conformer à toute modification du cadre réglementaire visant les médicaments sur ordonnance. Le non-respect de ces lois et règlements existants ou proposés, particulièrement ceux qui portent sur l'octroi de licences et le comportement des grossistes, l'octroi de licences et le comportement des pharmaciens, la réglementation et la propriété des pharmacies, la publicité des pharmacies et des services d'ordonnance, la présentation de renseignements à l'égard des médicaments sur ordonnance, l'établissement des prix des médicaments sur ordonnance et les restrictions sur les remises consenties par les fabricants pourraient donner lieu à des vérifications, à des poursuites au civil, à des démarches réglementaires, à des amendes, à des pénalités, à des injonctions, à des rappels ou à des saisies, lesquels pourraient avoir une incidence sur les activités, les produits et la performance financière de la société.

Gestion et évaluation des stocks La société évalue les stocks de marchandises au plus faible du coût et de la valeur nette de réalisation et elle a recours à la méthode du prix de détail pour déterminer le coût de la majeure partie des stocks de ses magasins d'alimentation. Grâce à la mise à niveau de son infrastructure de TI, la société prévoit terminer l'implantation d'un système permanent de gestion des stocks dans tous ses magasins d'alimentation en 2014. La mise en œuvre d'un système d'inventaire permanent, conjuguée à la facilité d'accès à l'information sur le coût de revient que procureront les nouveaux systèmes de TI, permettra à la société d'estimer le coût des stocks à l'aide d'un coût moyen pondéré généré par le système. Pour l'heure, la société ne dispose pas d'informations suffisantes pour déterminer si elle devra apporter des modifications à son estimation du coût moyen des stocks. Toute modification attribuable à ce déploiement pourrait s'avérer significatif et avoir une incidence défavorable sur la valeur comptable des stocks de la société, ce qui pourrait nuire à sa performance financière.

Gestion du changement D'importantes mesures au sein de la société, qui visent notamment l'exécution du plan d'infrastructure des TI et la mise en œuvre de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, sont en cours de réalisation. Une mauvaise gestion du changement pourrait perturber l'exploitation de la société ou porter atteinte à sa capacité de mettre en œuvre ses objectifs stratégiques à long terme et de les atteindre. L'incapacité d'intégrer adéquatement et en temps utile plusieurs grands projets complexes pourrait être néfaste aux activités de la société. Si les collègues ne parvenaient pas à exécuter de nouveaux rôles et processus et de nouvelles tâches, il est possible que la société ne soit pas en mesure de réaliser les économies de coûts et les autres avantages attendus de ses projets. L'incapacité de mettre à exécution efficacement les différents processus accroîtra le risque de mécontentement de la clientèle, ce qui pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société.

Intégrité et fiabilité de l'information La direction dépend de données pertinentes et fiables afin de prendre ses décisions, notamment les indicateurs de performance clés et l'information financière. Le manque de données pertinentes et fiables permettant à la direction de gérer efficacement les activités pourrait nuire à la performance financière globale de la société. Une perte importante de données ou l'incapacité d'obtenir des données fiables pourrait avoir une incidence négative sur la réputation, les activités et la performance financière de la société.

Disponibilité, accessibilité et sécurité des technologies de l'information La société est tributaire du fonctionnement continu et ininterrompu de ses systèmes de TI. La disponibilité des points de vente, l'accès 24 heures par jour et sept jours sur sept des utilisateurs et la sécurité de tous les systèmes de TI, notamment ceux liés à la distribution des médicaments sur ordonnance et au remboursement par les tiers payeurs, sont des éléments cruciaux pour les activités de la société. Toute défaillance des systèmes de TI touchant la disponibilité, l'accessibilité ou la sécurité des systèmes pourrait entraîner des perturbations pour le client et avoir une incidence négative sur la réputation, les activités et la performance financière de la société.

Sécurité des produits et santé publique La société est exposée à des risques liés à la sécurité des produits et aux défauts de fabrication, y compris ceux des produits de marques contrôlées de la société. La société pourrait subir des conséquences négatives en cas de problème grave d'intoxication d'origine alimentaire ou d'autres problèmes de santé publique causés par certains produits alimentaires ou de santé et de bien-être, y compris des produits pharmaceutiques, ou des articles de marchandise générale. Si de tels événements ou incidents survenaient, ils pourraient porter atteinte aux clients, se solder par une publicité défavorable ou nuire aux marques de la société et pourraient donner lieu à des obligations imprévues découlant de réclamations fondées en droit ou autres. Si des produits contaminés ou défectueux ne pouvaient être retracés, la capacité de la société d'être efficace en cas de rappel de produits

pourrait être compromise. Ces événements, quels qu'ils soient, ainsi que le non-respect des normes en matière de salubrité et de santé dans les magasins, pourraient entacher la réputation de la société et avoir une incidence négative sur ses activités et sur sa performance financière.

Relations de travail Le personnel de la société compte à la fois des collègues syndiqués et non syndiqués. En ce qui concerne les collègues régis par des conventions collectives, rien ne garantit l'issue des négociations en vue du renouvellement de ces conventions selon des modalités satisfaisantes. L'incapacité de renégocier des conventions collectives pourrait entraîner des grèves, des arrêts ou des ralentissements de travail qui, s'ils surviennent, pourraient nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société. Si les collègues non syndiqués deviennent régis par des conventions collectives, les modalités des nouvelles conventions collectives pourraient avoir des incidences sur les activités visées, et ces incidences pourraient être importantes.

Situation concurrentielle Le secteur du commerce de détail au Canada est hautement concurrentiel. L'incapacité de la société à s'adapter aux tendances de consommation ou à exécuter efficacement ses plans stratégiques pourrait avoir une incidence négative sur sa performance financière.

Les concurrents de la société comprennent les exploitants de supermarchés et de pharmacies de détail, de même que les entreprises de marchandisage de masse, les clubs-entrepôts, les commerces en ligne, les distributeurs de médicaments sur ordonnance par correspondance, 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 des pressions provenant autant de l'arrivée de nouveaux joueurs que de l'expansion ou de la modernisation de concurrents existants, en particulier ceux qui prennent de l'essor sur le marché de l'alimentation. 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 tenir tête à la concurrence. Si la société n'arrive pas à soutenir sa position concurrentielle, sa performance financière pourrait en subir les contrechocs.

Conjoncture économique Les facteurs économiques ayant une incidence sur les habitudes de dépense des consommateurs pourraient se détériorer ou évoluer d'une manière imprévisible en raison de l'instabilité de la conjoncture économique mondiale, nationale ou régionale. Ces facteurs pourraient avoir des répercussions négatives sur les produits et les marges de la société. Comme les poussées inflationnistes sont imprévisibles, les variations du taux d'inflation ou de déflation toucheront les prix à la consommation, ce qui pourrait avoir un effet néfaste sur la performance financière de la société.

Réglementation et fiscalité Toute modification des lois, règles, règlements ou politiques (collectivement, les « lois ») régissant les activités de la société, notamment les lois touchant les impôts et taxes sous toutes leur formes, ainsi que les lois touchant la fabrication, la transformation, la préparation, la distribution, l'emballage et l'étiquetage des produits, pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière ou d'exploitation de la société. Pour se conformer à ces nouvelles lois, la société pourrait devoir engager des coûts importants. Toute modification ou nouvelle interprétation des lois ou toute application plus stricte des lois en vigueur pourrait limiter les activités et la rentabilité de la société et ainsi nuire à sa position concurrentielle et à sa capacité de mener efficacement ses activités. L'incapacité de la société à se conformer pleinement aux lois et aux ordonnances en temps opportun pourrait entraîner des actions ou des poursuites au civil ou des mesures réglementaires pour la société et donner lieu à des amendes, des avis de cotisation, des injonctions, des rappels ou des saisies, ce qui pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société.

La société peut faire l'objet, à intervalles réguliers, à des audits fiscaux de divers organismes gouvernementaux et organismes de réglementation. Par conséquent, il pourrait arriver de temps à autre que les administrations fiscales ne soient pas en accord avec les positions et les conclusions adoptées par la société dans ses déclarations de revenus ou que la législation soit modifiée ou que son interprétation vienne à changer, ce qui pourrait donner lieu à de nouvelles cotisations. Ces nouvelles cotisations pourraient avoir une incidence importante sur la société au cours des périodes futures. En 2012, la société a reçu un avis de l'ARC selon lequel cette dernière manifestait son intention d'émettre un nouvel avis de cotisation à l'égard du traitement fiscal de la filiale entièrement détenue par la société, Glenhuron. À ce stade, aucun nouvel avis de cotisation n'a encore été reçu et il n'est donc pas possible de quantifier la nouvelle cotisation envisagée. Bien que la société ne prévoie pas que le montant final soit important, elle ne peut en avoir la certitude et il pourrait résulter de cette nouvelle cotisation une charge importante pour la société au cours de périodes ultérieures.

La Banque PC est assujettie à une réglementation stricte, et le défaut de s'y conformer ou de bien comprendre, reconnaître et mettre en application de façon efficace les exigences des organismes de réglementation pourrait entraîner des amendes ou d'autres sanctions imposées par les organismes de réglementation pertinents et porter atteinte à sa réputation.

À l'heure actuelle, Propriétés de Choix est classée comme une « fiducie d'investissement à participation unitaire » et une « fiducie de fonds commun de placement » en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu*. Elle se prévaut également de l'exception relative aux fiducies de placement immobilier (les « FPI ») prévue par la *Loi de l'impôt sur le revenu* et elle n'est donc pas assujettie aux règles relatives aux entités intermédiaires de placement déterminées (les « règles relatives aux EIPD »). Si Propriétés de Choix ne devait plus être admissible à ce classement et à cette exception ou à tout autre traitement fiscal préférentiel, l'imposition de Propriétés de Choix et des porteurs de parts, y compris Loblaw, pourrait changer de manière significative et défavorable à certains égards, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur le cours des parts.

Actions en justice Dans le cours normal de ses activités, la société est partie à diverses réclamations et procédures judiciaires ou pourrait être visée par celles-ci. Par suite de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société fait l'objet d'un recours collectif intenté par deux franchisés-proprétaires titulaires de licence. La réclamation vise l'obtention de dommages-intérêts de 500 millions de dollars fondés sur des violations alléguées de la convention des franchisés-proprétaires conclue avec Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. À cette étape des procédures, toute responsabilité éventuelle ainsi que le montant de la perte qui s'ensuivrait ne peuvent être établis. Étant donné l'incertitude inhérente à un litige, l'issue de ce recours collectif et de toutes les autres procédures et réclamations litigieuses reste incertaine. Toutefois, en fonction de renseignements actuellement disponibles, ces questions, individuellement et dans l'ensemble, ne devraient pas avoir une incidence importante sur la société. Si l'évaluation que fait la direction de l'importance des réclamations et des procédures actuelles se révèle inexacte ou qu'un litige important est intenté à l'avenir, l'un ou l'autre de ces événements pourrait avoir un effet défavorable sur les activités, les produits et la performance financière de la société.

Mise en marché Il pourrait arriver que la société offre des produits et services dont les clients ne veulent pas ou dont ils n'ont aucun besoin, qui ne cadrent pas avec les tendances, habitudes de consommation courantes ou préférences régionales, dont les prix dépassent ce que les clients sont prêts à payer, qui se sont fait devancer sur le marché par des produits concurrents ou qui ne sont pas disposés de façon optimale sur les tablettes en magasin. Il est essentiel que la société fasse preuve d'innovation pour répondre aux demandes des consommateurs et demeurer concurrentielle sur le marché. Si les efforts de mise en marché se révélaient inefficaces ou ne répondaient pas aux attentes des clients, les activités et la performance financière de la société en subiraient les conséquences négatives.

Gestion des fournisseurs et tiers fournisseurs de services La société dépend des fournisseurs, y compris les fournisseurs des marchés bien établis et en développement à l'étranger, qui l'approvisionnent en produits et en services. L'approvisionnement en provenance de l'étranger augmente les risques auxquels la société est exposée, notamment les risques liés à la salubrité des aliments et aux défauts de fabrication des articles de marchandise générale, à la violation des pratiques commerciales éthiques et aux stocks inadéquats de produits. La société n'a aucune influence directe sur la façon dont ses fournisseurs sont gérés. Il est possible que des événements défavorables qui frappent l'un ou l'autre de ses fournisseurs ou que des stratégies, politiques ou procédures de gestion des fournisseurs inefficaces ou incomplètes portent atteinte à la réputation de la société et nuisent à sa capacité de répondre aux besoins de ses clients ou de contrôler les coûts et la qualité, ce qui pourrait se répercuter négativement sur la réputation de la société, sur ses activités et sur sa performance financière.

La société a également recours à des tiers fournisseurs, des transporteurs et des fournisseurs de services logistiques, ainsi que des exploitants de centres d'entreposage et de distribution, notamment pour l'élaboration et la conception de produits, ainsi que pour l'approvisionnement en produits de marques contrôlées pour son secteur du vêtement. Une inefficacité au chapitre de la sélection, de l'établissement des modalités des ententes ou de la gestion des relations 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 ou d'exercer efficacement ses activités. Une interruption des services de fournisseurs tiers pourrait perturber la livraison des marchandises en magasin et ainsi avoir des répercussions négatives sur les activités et la performance financière de la société.

Les services bancaires des *Services financiers le Choix du Président* sont fournis par une grande banque à charte canadienne. La Banque PC fait appel à des tiers fournisseurs de services pour traiter les opérations sur cartes de crédit, exploiter des centres d'appels et opérationnaliser certaines stratégies de gestion des risques visant la carte MasterCard *Services financiers le Choix du Président*. Une interruption importante des services offerts par la banque à charte ou par des tiers fournisseurs de services aurait une incidence négative sur la performance financière de la Banque PC et de la société.

La société fait appel à des tiers pour la gestion de placements, la garde d'actifs et d'autres services concernant ses équivalents de trésorerie, ses placements à court terme, ses dépôts de garantie et les actifs de ses régimes de retraite. Toute perturbation des services assurés par ces fournisseurs pourrait se répercuter sur le rendement des actifs ou la trésorerie de la société.

Rétention des employés et planification de la relève L'efficacité de la planification de la relève pour les postes de haute direction et la capacité d'attirer et de fidéliser le personnel clé sont essentielles à une croissance et à une réussite soutenues. De plus, l'incapacité de prévenir le départ de membres de la haute direction pourrait mettre gravement en péril la stratégie d'affaires de la société. L'incapacité de la société d'établir des processus de planification de la relève et des stratégies de rétention 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, entacher sa réputation et avoir une incidence négative sur ses activités et sur sa performance financière.

Capacité d'attirer et de fidéliser des pharmaciens La société dépend de sa capacité d'attirer, de motiver et de fidéliser des pharmaciens pour diriger ses magasins Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et ses pharmacies en magasin. L'incapacité d'attirer et de fidéliser des pharmaciens pourrait entacher la réputation de la société et avoir une incidence négative sur ses activités et sur sa performance financière.

Distribution et chaîne d'approvisionnement Le défaut de continuer d'investir dans l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement de la société pourrait compromettre sa capacité à rejoindre efficacement sa clientèle actuelle et éventuelle et de la conserver. Tout retard ou toute défaillance dans le flux des marchandises vers les magasins pourrait nuire aux activités et à la performance financière de la société.

Reprise après sinistre et continuité de l'exploitation La capacité de la société à poursuivre ses principales activités et à assurer le maintien de ses processus clés pourrait être compromise par des événements défavorables découlant de divers incidents, notamment des intempéries graves, des arrêts de travail, des pannes prolongées des systèmes de TI, des pannes de courant, des fermetures de frontières, des pandémies ou d'autres catastrophes à l'échelle nationale ou mondiale. Des interruptions de l'exploitation, des crises ou des désastres éventuels pourraient avoir une incidence négative sur la réputation, les activités et la performance financière de la société.

Protection de la vie privée et sécurité de l'information Les systèmes de TI de la société renferment des renseignements personnels sur les clients, les titulaires de carte et les employés. Ces systèmes pourraient être compromis par des tiers non autorisés tentant d'en extraire des secrets commerciaux ou des renseignements confidentiels, de corrompre les données ou de court-circuiter les processus d'affaires, ou encore par des actes d'employés ou de fournisseurs de la société commis par inadvertance ou par négligence. Un incident de cybersécurité entraînant une faille de sécurité ou empêchant de repérer une cybermenace pourrait perturber les activités et entraîner la perte de renseignements délicats ou confidentiels ou d'autres actifs, ou même donner lieu à un procès, à l'application d'une disposition réglementaire, à une violation des lois ou des règlements sur la confidentialité et la sécurité des renseignements personnels et à des frais de remise en état. Toute défaillance ou vulnérabilité de ces systèmes ou tout manquement aux lois ou aux règlements pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société.

Indépendance des franchisés et relations commerciales avec ceux-ci Les produits et le bénéfice de la société proviennent dans une large part de montants versés par les franchisés exploitant des magasins d'alimentation. Les franchisés sont des entreprises indépendantes et, en conséquence, leurs activités d'exploitation peuvent subir l'incidence négative de facteurs qui échappent à la volonté de la société, ce qui, par la suite, pourrait se répercuter négativement sur sa réputation, ses activités et sa performance financière. Tel serait également le cas sur le plan des produits et du bénéfice si un nombre important de franchisés devaient connaître des difficultés d'exploitation, être exposés à des risques liés à la santé et à la sécurité ou ne pas être en mesure de payer des marchandises, des loyers ou d'autres frais à la société. 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

négalement 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. Toute rupture des relations avec les franchisés pourrait avoir de fâcheuses conséquences qui pourraient porter atteinte à la réputation ou nuire aux activités et à 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 porter atteinte à la réputation de la société ou avoir des répercussions négatives pour la société, notamment des litiges et des interruptions relativement aux produits tirés des magasins franchisés.

Réseau de pharmacies des franchisés-proprétaires et relations commerciales avec ceux-ci Le succès de la société et la réputation de ses marques sont intimement liés aux résultats qu'obtiennent les franchisés-proprétaires des pharmacies Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. Par conséquent, la société compte sur les franchisés afin qu'ils exploitent, gèrent et exécutent avec succès des programmes et des stratégies de vente au détail de la société à leur pharmacie respective. Les franchisés sont des exploitants d'entreprise indépendants, et le succès des activités et la performance financière de leur pharmacie respective sont indépendants de la volonté de la société. De plus, les franchisés exercent leurs activités dans le même régime réglementaire dont il est question précédemment à la rubrique « Indépendance des franchisés et relations commerciales avec ceux-ci ». La perturbation des relations qu'entretient la société avec les pharmacies de ces franchisés-proprétaires ou les modifications des lois correspondantes pourraient nuire aux produits qu'elle obtient des franchisés, ce qui pourrait à son tour influencer défavorablement sur la réputation, les activités et la performance financière de la société.

Solutions de rechange visant le choix des fournisseurs de médicaments génériques Le taux d'utilisation des médicaments génériques sur ordonnance étant en hausse, la société se tourne vers d'autres sources et modes d'approvisionnement pour les médicaments génériques sur ordonnance. Dans le cadre de cette initiative en matière de nouvelles sources et nouveaux modes d'approvisionnement, la société a conclu des contrats de fabrication de médicaments génériques sur ordonnance de marque privée. Ces sources et modes d'approvisionnement de rechange comportent des risques qui s'ajoutent à ceux qui sont associés à la stratégie d'approvisionnement habituelle de la société. La responsabilité liée aux produits et à la violation de la propriété intellectuelle constituent les risques additionnels les plus importants. Des poursuites en responsabilité du fait des produits pourraient être intentées dans l'éventualité où l'utilisation des produits de la société causerait, ou serait présumée avoir causé, un préjudice, quel qu'il soit, aux consommateurs. Des poursuites relatives à la violation de la propriété intellectuelle pourraient être intentées dans l'éventualité où les produits de la société enfreindraient ou violeraient, ou seraient présumés avoir enfreint ou violé, les brevets ou autres droits de propriété intellectuelle de tiers, notamment ceux du fabricant de la marque. Assurer la défense de la société tant dans le cas de poursuites en responsabilité du fait des produits que dans celui de poursuites relatives à la violation de la propriété intellectuelle pourrait se révéler coûteux et donner lieu à des obligations et des dommages pécuniaires importants. L'incapacité de la société à mettre en place ces nouvelles sources et ces nouveaux modes d'approvisionnement pourrait nuire à sa réputation, aux activités et à la performance financière.

En outre, le marché des médicaments génériques sur ordonnance et l'admissibilité des produits aux fins de remboursement dans le cadre des régimes publics et d'autres tiers payeurs dépendront de la mesure dans laquelle les produits sont désignés comme étant interchangeables avec les produits de marque et sont inscrits sur la liste des médicaments donnant droit à une prestation en vertu des régimes publics d'assurance-médicaments au Canada. Le caractère interchangeable des produits et leur inscription sur la liste des médicaments donnant droit à des prestations font l'objet d'une stricte réglementation et dépendront de la conformité de ces produits et de ces modes d'approvisionnement aux exigences réglementaires. Si la demande des produits génériques est influencée défavorablement par une diminution du nombre de désignations, cette situation pourrait nuire à la réputation, aux activités et à la performance financière de la société.

Environnement La société, conjointement avec Propriétés de Choix, dispose d'un important portefeuille de biens immobiliers et d'autres installations, et elle est exposée aux risques environnementaux liés à la contamination de ces sites, que les propriétaires ou occupants antérieurs, les propriétés avoisinantes ou elle-même en soient à l'origine. Plus particulièrement, la société possède un certain nombre de réservoirs de stockage souterrains, la plupart étant destinés au carburant automobile vendu au détail ou à son parc de véhicules servant à la chaîne d'approvisionnement. D'éventuelles fuites de ces réservoirs pourraient conduire à une contamination. La société utilise également des appareils de réfrigération dans ses magasins ainsi que dans ses centres de distribution pour préserver la qualité des produits périssables tout au long de la chaîne d'approvisionnement, jusqu'à leur arrivée sur les étalages. Or, ces appareils contiennent des gaz frigorigènes qui pourraient être libérés dans l'atmosphère en cas de bris ou de fuite. Une fuite de ces gaz pourrait avoir des

répercussions négatives sur l'environnement. L'incapacité de la société à gérer ces risques environnementaux pourrait avoir une incidence négative sur sa réputation, ses activités et sa performance financière. La société est assujettie à des lois ou des règlements obligeant les détaillants, les propriétaires de marques et les importateurs à prendre en charge les coûts liés au recyclage et à la mise au rebut des emballages de produits de consommation et des documents imprimés distribués aux consommateurs. La société risque d'avoir à engager des coûts accrus en raison de ces mesures. De plus, la société pourrait devoir engager 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.

Protection des marques et des bannières Une diminution de la valeur des marques de commerce, des bannières ou des marques contrôlées de la société par suite d'événements défavorables, y compris des contrefaçons par des tiers, de modifications apportées aux stratégies d'image de marque ou d'autres facteurs, pourrait avoir une incidence négative sur la réputation, les activités et la performance financière de la société.

Cotisations aux régimes de retraite à prestations définies Pour assurer la gestion des actifs de ses régimes de retraite agréés à prestations définies, la société a recours aux services de gestionnaires de placements professionnels qui exercent leurs activités conformément aux procédures et politiques de placement prescrites par règlement, notamment en ce qui concerne les placements autorisés et la répartition des actifs. Les cotisations futures aux régimes de retraite agréés à prestations définies de la société dépendent de plusieurs variables, y compris le rendement des actifs des régimes et le taux d'actualisation utilisé pour évaluer les passifs relatifs aux régimes. La société examine et évalue régulièrement le rendement des régimes ainsi que l'incidence de l'évolution des données démographiques, des marchés financiers et d'autres facteurs susceptibles d'influer sur les exigences de financement, les coûts nets liés aux régimes à prestations définies et les hypothèses actuarielles. Si les rendements sur les marchés financiers sont en deçà des niveaux attendus, ou si les taux d'actualisation diminuent, la société pourrait devoir verser, à l'égard de ses régimes de retraite agréés à prestations définies par capitalisation, des cotisations d'un montant supérieur à ce qui est actuellement prévu, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur sa performance financière.

Régimes de retraite multi-employeurs En plus des régimes de retraite dont elle est le promoteur, la société participe à divers régimes de retraite multi-employeurs qui prévoient le versement de prestations de retraite aux employés syndiqués aux termes de conventions collectives. Environ 28 % des salariés de la société et de ses franchisés et franchisés-propriétaires participent à ces régimes. Ceux-ci sont administrés par des conseils de fiduciaires indépendants comptant généralement un nombre égal de délégués syndicaux et de représentants de l'employeur. Dans certaines circonstances, la société a un représentant au conseil des fiduciaires pour ces régimes. Les cotisations de la société à ces régimes se limitent aux montants établis en vertu des conventions collectives. Toutefois, le mauvais rendement de ces régimes pourrait avoir des conséquences négatives pour les salariés et les anciens salariés de la société qui y participent ou pourrait donner lieu à des modifications des modalités de participation à ces régimes, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière de la société.

La société, de concert avec ses franchisés, est le plus important employeur participant au Régime de retraite des employés de commerce du Canada (le « RRECC »), environ 53 000 employés y participant. En 2013, la société a versé 54 millions de dollars de cotisations au RRECC. Par le passé, le RRECC était sous-capitalisé, puisque les obligations actuarielles au titre des prestations constituées relatives au RRECC étaient supérieures à la valeur des actifs détenus en fiducie. Toute réduction des prestations aurait une incidence négative sur les prestations de retraite des employés de la société, ce qui pourrait avoir des répercussions négatives sur la motivation et le rendement de ces employés et ainsi entacher la réputation de la société.

Santé et sécurité au travail La société reconnaît que le fait de garantir un lieu de travail sain et sécuritaire contribue à réduire les risques de blessure et les autres risques auxquels les collègues sont exposés dans l'exercice de leurs fonctions, à améliorer la productivité et à limiter la responsabilité et les pénalités que la société pourrait devoir assumer en cas de blessures en milieu de travail. La société a mis en place des programmes de santé et de sécurité et a adopté des politiques et des procédures visant à garantir le respect des exigences législatives applicables. Tout défaut de se conformer aux politiques et procédures établies ou aux lois applicables pourrait se traduire par une aggravation de la responsabilité et des pénalités liées aux blessures en milieu de travail et, par le fait même, par une incidence négative sur la réputation et sur la performance financière de la société.

Déontologie et conduite des affaires Une publicité défavorable concernant les pratiques commerciales de la société pourrait porter sur divers aspects de ses activités, notamment sur la question de l'éthique et de l'intégrité. La société a adopté un code de conduite qui reflète son engagement de longue date à adopter des pratiques exemplaires en matière de déontologie et de conduite des affaires. Toute violation des lois et tout manquement aux politiques de la société, y compris au code de conduite, pourraient sérieusement compromettre la réputation de la société, sa capacité d'exercer ses activités et, incidemment, sa performance financière.

Risques financiers et gestion des risques

La société est exposée à de nombreux risques financiers, notamment ceux liés aux instruments financiers, qui pourraient nuire à son exploitation et à sa performance financière. La société a recours à des instruments dérivés de gré à gré pour atténuer certains de ces risques. Les conventions et les directives proscrivent l'utilisation d'instruments dérivés aux fins de transaction ou de spéculation. La juste valeur des instruments dérivés varie en fonction du marché, ce qui pourrait nuire à la performance financière de la société.

Le tableau qui suit résume les risques financiers de la société qui sont présentés en détail ci-dessous :

Risque lié au niveau d'endettement et risque de liquidité	Risque de change
Risque de taux d'intérêt	Risque marchandises
Risque de crédit	Risque lié au cours des parts de Propriétés de Choix
Risque lié à la disponibilité des capitaux	

Analyse des risques financiers

Risque lié au niveau d'endettement et risque de liquidité Pour financer la portion en trésorerie de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société a puisé dans ses liquidités excédentaires et a considérablement augmenté son niveau d'endettement. Rien ne garantit que la société sera en mesure de générer suffisamment de flux de trésorerie disponibles pour être à même de réduire son niveau d'endettement et de maintenir des réserves de trésorerie appropriées, ce qui pourrait avoir des conséquences défavorables sur ses cotes de solvabilité et ses coûts de financement.

Si la situation et la performance financières de la société, y compris celles de la Banque PC ou de Propriétés de Choix, venaient à se détériorer ou si leurs cotes de solvabilité actuelles étaient abaissées, la société pourrait avoir du mal à obtenir du financement auprès de sources externes, ce qui pourrait nuire à sa performance financière.

Risque de taux d'intérêt La société est exposée au risque de taux d'intérêt lié aux fluctuations des taux d'intérêt sur sa dette et ses instruments financiers à taux variable, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, des placements à court terme et des dépôts de garantie. Toute hausse des taux d'intérêt pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière de la société.

Risque de crédit La société est exposée au risque de crédit découlant de la possibilité que des contreparties manquent à leurs obligations financières envers elle. L'exposition au risque de crédit provient des instruments dérivés, de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, des placements à court terme, des dépôts de garantie, des créances sur cartes de crédit de la Banque PC, des créances liées à des prêts consentis à des franchisés, des créances auprès de franchisés et des franchisés-proprétaires, des créances auprès de fournisseurs, de magasins associés et de comptes indépendants, des sommes à percevoir pour des médicaments facturés aux régimes d'assurance gouvernementaux ou privés et des actifs liés aux régimes de retraite à prestations définies de la société. Tout défaut d'une contrepartie pourrait avoir une incidence négative sur la performance financière de la société.

Risque lié à la disponibilité des capitaux Les activités liées au secteur de l'immobilier nécessitent des capitaux importants. Propriétés de Choix doit avoir accès à des sources de capitaux pour entretenir ses immeubles, pour refinancer sa dette bancaire et pour financer sa stratégie de croissance et, à l'occasion, certaines dépenses d'investissement. Bien que Propriétés de Choix prévoie continuer de jouir de sa facilité de crédit, rien ne garantit qu'elle aura accès à des capitaux suffisants ou pourra avoir accès à des capitaux à des conditions acceptables de manière à lui permettre de faire de nouvelles acquisitions d'immeubles, de refinancer la dette, de financer ou refinancer des immeubles, de financer ses charges d'exploitation ou de financer d'autres frais. De plus, dans certaines circonstances, Propriétés de Choix pourrait être incapable d'emprunter des fonds en raison de certaines restrictions. L'incapacité de Propriétés de Choix d'obtenir les capitaux dont elle a besoin pourrait avoir une incidence significative sur la capacité de la société à s'acquitter de ses obligations financières et de ses autres obligations. L'incapacité d'accéder à des capitaux pourrait aussi compromettre la capacité de Propriétés de Choix à verser des distributions, ce qui pourrait avoir une incidence négative significative sur le cours des parts.

Risque de change La société est exposée aux variations des cours de change, qui peuvent principalement avoir des répercussions sur ses achats en dollars américains inclus dans les comptes fournisseurs et autres passifs. Une dépréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain aura une incidence négative sur les variations du résultat d'exploitation d'un exercice à l'autre.

Risque marchandises La société est exposée aux hausses du prix des marchandises dans le cadre de l'exploitation de ses magasins et de ses réseaux de distribution, de même qu'aux répercussions indirectes du coût des marchandises sur les produits de consommation et les prix. La hausse du prix des marchandises pourrait avoir une incidence défavorable sur la performance financière de la société.

Risque lié au cours des parts de Propriétés de Choix La société est exposée au risque de marché en raison des parts qui sont détenues par d'autres porteurs de parts que la société. Ces parts sont présentées à titre de passif dans les bilans consolidés de la société, puisqu'elles sont rachetables au gré du porteur pour une contrepartie en trésorerie. Le passif est comptabilisé à la juste valeur chaque période de présentation de l'information financière en fonction de la valeur marchande des parts. La variation de la juste valeur du passif a une incidence négative sur le bénéfice net lorsque le cours des parts augmente, et pourrait donc avoir une incidence négative sur la performance financière de la société.

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 aux adresses www.sedar.com ou www.loblaw.ca.

STRUCTURE DU CAPITAL ET MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Capital social

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

Les actions ordinaires sont assorties de droits de vote à raison de une voix par action ordinaire. Les porteurs d'actions ordinaires ont le droit, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions afférents à toute autre catégorie d'actions de la société, de recevoir tout dividende déclaré par la société et de recevoir à la dissolution de la société les biens qui lui restent. Au 2 juin 2014, le nombre d'actions ordinaires émises et en circulation de la société s'établissait à 413 859 786, une hausse de 131 548 213 actions ordinaires par rapport au 29 décembre 2012. Le nombre d'actions ordinaires autorisées est illimité.

Les options confèrent au porteur le droit d'acheter une action ordinaire à un prix spécifique à chaque option, lequel est défini lors de l'émission de l'option. Au cours de l'exercice 2013, 2 131 416 options ont été exercées, ce qui a entraîné la livraison correspondante de 2 131 416 actions ordinaires. Au 28 décembre 2013, il restait 10 995 995 options en cours, une diminution de 1 542 933 options depuis le 29 décembre 2012. Compte tenu des 1 026 118 options octroyées aux employés de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix à la clôture de l'acquisition, de l'octroi annuel et trimestriel de 1 579 961 options par Loblaw, de l'annulation ou de l'expiration de 906 913 options et de l'exercice de 1 592 655 options, il restait, au 2 juin 2014, 11 102 506 options en cours.

Les actions privilégiées de premier rang ont priorité de rang sur les actions ordinaires ainsi que sur toute action d'une catégorie 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 de 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 des 31 juillet 2013, 2014 et 2015, la société pourra, à son gré, racheter en trésorerie, en totalité ou en partie, ces actions privilégiées en circulation pour respectivement 25,75 \$, 25,50 \$ et 25,00 \$. La société n'a racheté aucune des actions privilégiées en circulation le 31 juillet 2013. À compter du 31 juillet 2013, la société pourra, à son gré, convertir ces actions privilégiées en un nombre de ses actions ordinaires qui sera déterminé au moyen de la division du prix de rachat alors en vigueur, ainsi que tous les dividendes courus et impayés jusqu'à la date de conversion exclusivement, par le plus élevé de 2,00 \$ et 95 % du cours alors en vigueur des actions ordinaires. À compter du 31 juillet 2015, ces actions privilégiées en circulation seront convertibles, au gré du porteur, en un nombre d'actions ordinaires de la société qui sera déterminé au moyen de la division de 25,00 \$, ainsi que les dividendes courus et impayés jusqu'à la date de conversion exclusivement, par le plus élevé de 2,00 \$ et 95 % du cours alors en vigueur des actions ordinaires. Ce choix est assujéti au droit de la société de racheter les actions privilégiées

pour une contrepartie en trésorerie ou de prendre des arrangements pour leur vente à d'autres acheteurs. Un maximum de 12 000 000 d'actions privilégiées de deuxième rang, série A, peuvent être émises. Au 2 juin 2014, le nombre d'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 Loblaw pour la période allant du 1^{er} janvier 2013 au 31 mai 2014 étaient les suivants :

Actions ordinaires

Mois	Haut (en dollars par action)	Bas (en dollars par action)	Volume moyen quotidien par mois (en actions)
Janvier 2013	42,19	39,71	338 871
Février 2013	41,50	39,10	322 742
Mars 2013	42,85	40,23	417 338
Avril 2013	43,30	40,76	731 971
Mai 2013	50,45	43,65	983 902
Juin 2013	50,81	46,03	690 902
Juillet 2013	52,06	46,10	1 567 206
Août 2013	49,19	44,67	675 748
Septembre 2013	46,98	44,25	785 021
Octobre 2013	48,37	44,85	485 179
Novembre 2013	48,14	43,06	990 149
Décembre 2013	44,45	40,82	650 347
Janvier 2014	44,77	41,39	609 479
Février 2014	46,50	41,32	742 977
Mars 2014	48,14	45,07	1 309 592
Avril 2014	47,68	45,51	1 184 782
Mai 2014	47,80	45,64	571 816

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 2013	27,03	26,34	1 554
Février 2013	26,64	26,15	5 938
Mars 2013	26,50	26,10	6 074
Avril 2013	26,64	26,15	3 248
Mai 2013	26,30	26,15	6 998
Juin 2013	26,37	26,00	1 772
Juillet 2013	26,54	25,77	2 442
Août 2013	26,17	25,60	16 776
Septembre 2013	26,30	25,90	3 986
Octobre 2013	26,59	25,91	14 819
Novembre 2013	26,28	25,91	2 801
Décembre 2013	26,25	26,02	6 128
Janvier 2014	26,40	26,00	5 837
Février 2014	26,27	26,10	5 722
Mars 2014	26,36	26,15	2 266
Avril 2014	26,47	26,13	2 945
Mai 2014	26,45	26,18	12 251

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. En 2013, la société a déposé une version modifiée du prospectus simplifié et émis des billets de premier rang non garantis d'une valeur de 1,6 milliard de dollars en vue de financer en partie l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et elle a remboursé un billet à moyen terme de 200 millions de dollars à l'échéance. De plus, en 2013, la société a non seulement remboursé son billet du placement privé libellé en dollars américains de 150 millions de dollars arrivé à échéance le 29 mai 2013, mais elle a aussi choisi de régler avant sa date d'échéance du 29 mai 2015 le billet restant émis aux termes du placement privé en dollars américains, en contrepartie de 150 millions de dollars. En 2014, la société a remboursé un billet à moyen terme de 100 millions de dollars, et un autre de 350 millions de dollars venu à échéance. Au premier trimestre de 2014, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix a remboursé son billet à moyen terme de 250 millions de dollars arrivé à échéance.

Les billets de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix ne sont ni cotés ni négociés à une bourse reconnue. Ces billets peuvent être assujettis à certaines clauses restrictives et constituent des obligations non garanties de la société de même rang que les dettes non garanties et non subordonnées. Au cours du premier trimestre de 2014, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix a remboursé son billet à moyen terme de 250 millions de dollars à l'échéance. Au 2 juin 2014, les billets de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix en circulation se chiffraient à 500 millions de dollars.

Au deuxième trimestre de 2014, Choice Properties Limited Partnership a conclu un acte de fiducie-cadre avec Société de fiducie Computershare du Canada. Six actes de fiducie complémentaires ont été subséquentement établis en vue de faciliter le remplacement de certaines tranches de billets du cédant émis par Choice Properties Limited Partnership et détenus par Loblaw, le montant en capital, le taux d'intérêt et la date d'échéance des nouveaux billets étant identiques à ceux des billets remplacés. Les autres modalités des nouveaux billets sont demeurées essentiellement les mêmes que celles des billets remplacés. Loblaw a par la suite vendu ces nouveaux billets à des parties non liées et a reçu un produit net de 1 510 millions de dollars. La société a affecté ce produit ainsi qu'une partie de sa trésorerie existante au remboursement d'une tranche de 1 600 millions de dollars de l'emprunt à terme de 3,5 milliards de dollars contracté en vue de financer une portion du coût d'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix.

Facilités de crédit

Au deuxième trimestre de 2013, *Fiducie cartes de crédit Eagle* a déposé un prospectus préalable de base simplifié lui permettant d'émettre des billets d'une valeur d'au plus 1,5 milliard de dollars sur 25 mois. Au troisième trimestre de 2013, *Fiducie cartes de crédit Eagle* a émis des billets à terme de premier rang et des billets à terme subordonnés d'une valeur de 400 millions de dollars, venant à échéance le 17 octobre 2018 et portant intérêt à un taux moyen pondéré de 2,91 %. Au quatrième trimestre de 2013, *Fiducie cartes de crédit Eagle* a remboursé ses billets à terme de premier rang et ses billets à terme subordonnés à 2,88 %, d'une durée de trois ans et d'une valeur de 250 millions de dollars, qui venaient à échéance le 17 décembre 2013.

À la clôture de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la facilité de crédit engagée de 800 millions de dollars de la société (la « facilité de crédit ») a été augmentée pour être portée à 1,0 milliard de dollars. Au 2 juin 2014, aucun montant n'avait été prélevé sur cette facilité de crédit. De plus, à la clôture de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société a prélevé un montant sur son prêt à terme de 3,5 milliards de dollars pour financer une partie de la transaction. Tous les montants exigibles sur la facilité de crédit renouvelable de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix ont été remboursés, et la facilité a été annulée.

Passif au titre des parts de fiducie

Au troisième trimestre de 2013, Propriétés de Choix a conclu un PAPE visant le placement de 460 millions de dollars de parts de fiducie (les « parts ») et un placement privé de 200 millions de dollars en faveur de Weston, placement qui comprenait l'exercice d'une option de surallocation de 60 millions de dollars. Les parts qui sont détenues par d'autres porteurs de parts que Loblaw sont présentées à titre de passif au bilan consolidé de la société puisque les parts sont rachetables pour une contrepartie en trésorerie au gré du porteur, sous réserve de certaines restrictions. Le passif au titre des parts de fiducie est comptabilisé à la juste valeur chaque période de présentation de l'information financière selon le cours des parts et toute variation est comptabilisée dans les charges d'intérêts nettes et autres charges financières. Au 28 décembre 2013, la juste valeur du passif au titre des parts de fiducie était de 688 millions de dollars.

Cotes de solvabilité

Au cours du deuxième trimestre de 2013, en lien avec le PAPE de Propriétés de Choix, S&P et DBRS ont confirmé les cotes de solvabilité qu'elles avaient attribuées à Loblaw ainsi que les perspectives et tendances s'y rapportant. Au troisième trimestre de 2013, S&P et DBRS ont de nouveau toutes deux confirmé les cotes de solvabilité et les perspectives de Loblaw, après leur examen respectif du projet d'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. Au deuxième trimestre de 2014, suivant l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, S&P a confirmé les cotes de solvabilité et les perspectives de Loblaw.

Au 2 juin 2014, les cotes de solvabilité de Les Compagnies Loblaw limitée pour les différentes catégories de valeurs mobilières se présentaient comme suit :

	Dominion Bond Rating Service		Standard & Poor's	
	Cotes	Tendance	Cotes	Perspective
Cote de solvabilité de l'émetteur	BBB	Stable	BBB	Stable
Billets à moyen terme	BBB	Stable	BBB	-
Autres billets et débetures	BBB	Stable	BBB	-
Actions privilégiées	Pfd-3	Stable	P-3 (élevé)	-

Suivant l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société a garanti les billets à moyen terme en cours de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. S&P a ensuite changé la cote attribuée à ces billets pour BBB, en leur assignant une perspective « stable »; de son côté, DBRS a changé sa cote pour BBB, et conclu à une tendance « stable ».

Les agences de notation ont établi les cotes de solvabilité à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes pour la société. Ces cotes de solvabilité ont pour but de donner une indication du risque que la société 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 de ces agences, obtenue à partir de leur site Web respectif, est présentée ci-après.

Dominion Bond Rating Service

Cote de solvabilité de l'émetteur

L'analyse des cotes de solvabilité des entreprises effectuée par DBRS commence par une évaluation de la solvabilité fondamentale de l'émetteur. Les cotes de solvabilité de l'émetteur caractérisent la solvabilité globale de l'émetteur. Contrairement aux cotes des titres ou des catégories de titres individuelles, les cotes de l'émetteur se fondent sur l'entité elle-même et ne prennent pas en compte les titres ou le classement. Les cotes qui s'appliquent aux titres réels (garantis ou non garantis) peuvent être plus élevées, plus basses ou égales à la cote de l'émetteur d'une entité donnée. En général, DBRS attribue les cotes aux émetteurs à long terme en se fondant sur son échelle d'évaluation des obligations à long terme.

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

L'échelle de notation à long terme de DBRS vise à donner une indication du risque de défaillance, c'est-à-dire le risque qu'un émetteur ne respecte pas ses obligations financières conformément aux modalités dont l'obligation est assortie au moment de son émission. Les cotes sont établies sur la base de considérations quantitatives et qualitatives pertinentes pour l'émetteur et selon le rang des créances. 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 aux obligations 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.

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 de 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.

Tendances des cotes

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.

Standard & Poor's

Cote de solvabilité de l'émetteur

La cote de solvabilité de l'émetteur attribuée par S&P est une opinion prospective sur la capacité globale de l'émetteur à honorer ses obligations financières. Cette opinion est axée sur la capacité et la volonté de l'émetteur de respecter ses engagements financiers à leur échéance. Elle ne s'applique pas à une obligation financière particulière, car elle ne tient pas compte de la nature et des dispositions de l'obligation, de son classement en cas de faillite ou de liquidation, des priorités prévues par la loi ni de la légalité ou de la force exécutoire de l'obligation. Ces cotes de solvabilité de l'émetteur peuvent être à long terme ou à court terme. Les cotes de solvabilité de l'émetteur à court terme reflètent la solvabilité de l'émetteur sur une courte période.

Dettes 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 onze. Une obligation cotée BBB affiche des paramètres de protection adéquats. Toutefois, des conditions économiques défavorables ou une détérioration des circonstances sont plus susceptibles d'amoindrir la capacité de l'émetteur de respecter ses engagements à l'égard de l'obligation. Les cotes variant de AA à CCC peuvent être modifiées par l'ajout d'un signe plus (+) ou moins (-) pour traduire la position relative au sein des grandes catégories de cotes.

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 soit incapable de respecter ses engagements financiers à l'égard de l'obligation.

Perspectives des 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.

Une inscription sur la liste de surveillance de S&P souligne la direction potentielle d'une cote à court ou à long terme. Elle se concentre sur les événements identifiables et les tendances à court terme qui amènent à placer les cotes sous la surveillance spéciale des analystes de S&P. Il peut s'agir de fusions, de recapitalisations, de référendums, de mesures réglementaires ou d'événements en matière d'exploitation prévus. Les cotes sont placées sur la liste de surveillance quand un événement de ce type ou un écart par rapport à une tendance prévue se produit et que des renseignements supplémentaires sont nécessaires pour évaluer la cote actuelle. Cependant, le fait d'être placée sur la liste ne signifie pas qu'un changement de cote est inévitable et, lorsque c'est possible, une série d'autres cotes sera proposée. Le but de la liste de surveillance n'est pas d'inclure toutes les cotes soumises à un examen, et les cotes peuvent être modifiées sans avoir été placées sur la liste de surveillance au préalable. La désignation « positive » signifie qu'une cote peut être haussée; la désignation « négative » signifie qu'une cote peut être abaissée et la désignation « indéterminée » signifie qu'une cote peut être haussée, abaissée ou confirmée.

DIVIDENDES

La société verse des dividendes trimestriels sur ses actions ordinaires depuis plus de 50 ans. La déclaration, le paiement et le montant des dividendes sur les actions ordinaires de la société sont laissés à la discrétion du Conseil d'administration, lequel tient compte des résultats financiers de la société, de ses besoins en matière de capital, de ses flux de trésorerie disponibles et des perspectives quant à ses activités et, à l'occasion, d'autres facteurs qu'il juge pertinents. La société a l'intention d'augmenter le montant des dividendes au fil du temps, tout en conservant suffisamment de flux de trésorerie disponibles pour réduire la dette et financer sa croissance future.

Au cours du deuxième trimestre de 2014, le Conseil a déclaré une hausse du dividende trimestriel de 2,1 %, soit de 0,24 \$ à 0,245 \$ par action ordinaire, à compter du dividende trimestriel payable le 1^{er} juillet 2014. Cette hausse a fait suite à une majoration du dividende trimestriel de 9,1 % au deuxième trimestre de 2013.

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 trésorerie fixe, privilégié, cumulatif de 1,49 \$ l'action par année payable trimestriellement, s'il est déclaré.

Les montants des dividendes en trésorerie déclarés au cours des trois derniers exercices se présentent comme suit :

	2013	2012	2011
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,94 \$	0,85 \$	0,84 \$
Dividendes déclarés par action privilégiée de deuxième rang, série A	1,49 \$	1,49 \$	1,49 \$

Au premier trimestre de 2014, le Conseil a déclaré un dividende trimestriel de 0,24 \$ par action ordinaire, versé le 1^{er} avril 2014, ainsi qu'un dividende trimestriel de 0,37 \$ par action privilégiée de deuxième rang, série A, versé le 30 avril 2014.

Offre publique de rachat dans le cours normal des activités

Au deuxième trimestre de 2013, la société a déposé une offre publique de rachat dans le cours normal des activités visant le rachat, à la TSX, d'au plus 14 103 672 de ses actions ordinaires ou la conclusion de dérivés sur actions à cette fin, représentant environ 5 % des actions ordinaires en circulation à la date de renouvellement de l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités par la société. Conformément aux statuts et aux règlements de la TSX, la société peut racheter ses actions ordinaires à un prix égal à leur cours à la date de l'acquisition. Au premier trimestre de 2013, elle a racheté, dans le cadre de sa précédente offre publique de rachat dans le cours normal des activités, 1 103 500 actions ordinaires et a placé ces actions en fiducie en prévision du règlement futur de ses obligations au titre de son régime d'UATI et de son régime d'UAR. Au troisième trimestre de 2013, la société a conclu, aux termes de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, une convention de rachat d'actions automatique qui lui permettait de racheter ses actions même pendant les périodes d'interdiction, conformément à des instructions préétablies. La société a racheté aux fins d'annulation, dans le cadre de ce programme, 1 500 000 de ses actions. Au deuxième trimestre de 2014, la société a renouvelé son offre publique de rachat dans le cours normal des activités pour racheter jusqu'à 20 636 596 actions ordinaires à la TSX ou conclure des dérivés sur actions à cette fin, ces actions représentant environ 5 % des actions ordinaires de la société en circulation. Conformément aux statuts et aux règlements de la TSX, la société peut racheter ses actions à l'occasion à un prix égal à leur cours à la date de l'acquisition.

ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

La liste suivante des administrateurs et des membres de la haute direction est à jour en date du 2 juin 2014.

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 (Ontario) Canada	Président et chef de la direction de l'équipe de baseball des Blue Jays de Toronto	2005
Warren Bryant ^{2,5} (Washington) États-Unis	Administrateur de sociétés	2013
Christie J.B. Clark ^{2*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2011
Anthony R. Graham ^{1,3,4} (Ontario) Canada	Président, Selfridges Group Limited	1999
Holger Kluge ^{2,4} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2014
John S. Lacey ^{1,4*} (Ontario) Canada	Président du conseil consultatif, Brookfield Private Equity Group; conseiller auprès du Conseil et du conseil d'administration de George Weston limitée	2007
Nancy H.O. Lockhart ^{3,5*} (Ontario) Canada	Administratrice de sociétés	2005
Thomas C. O'Neill ^{1,3*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2003
Domenic Pilla (Ontario) Canada	Président, Corporation Shoppers Drug Mart	2014
Beth Pritchard ⁵ (Ohio) États-Unis	Directrice et conseillère en stratégies, Sunrise Beauty Studio, LLC	2014
Sarah Raiss ³ (Alberta) Canada	Administratrice de sociétés	2014
Vicente Trius (Ontario) Canada	Président de Les Compagnies Loblaw limitée	2013

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
Barry K. Columb (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Services financiers
Jocyanne Bourdeau (Québec) Canada	Vice-présidente exécutive, Exploitation, division Escompte
Mark C. Butler (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Synergies
Gordon Chem (Colombie-Britannique) Canada	Vice-président exécutif, Extra Foods et Superstore de l'Ouest et de l'Ontario
Grant Froese (Ontario) Canada	Chef de l'administration
Mary-Alice Vuicic (Ontario) Canada	Vice-présidente exécutive, Ressources humaines et relations de travail
Peter McLaughlin (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Secteurs émergents
Garry Senecal (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Division Marché
Vince Scorniaenchi (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Développement des produits frais et Fortinos
Andrew Iacobucci (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, Division Escompte
Judy McCrie (Ontario) Canada	Vice-présidente exécutive, Vitesse du changement et culture
Robert A. Balcom (Ontario) Canada	Vice-président principal et secrétaire
Robert Chant (Ontario) Canada	Vice-président principal, Affaires corporatives et communications
Evangelia (Litsa) Popowich (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, Contrôleuse
Mario Grauso (New York) États-Unis	Chef de l'exploitation, Joe Fresh

Collectivement, les administrateurs et membres de la direction de la société détiennent environ 0,10 % 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^{me} Judy A. McCrie, qui était vice-présidente et directrice générale, Laiterie Neilson; M^{me} Evangelia (Litsa) Popowich, qui était vice-présidente, Gestion des risques, Fairmont Raffles Hotels International; 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 WalMart, dont celui de président-directeur général de WalMart au Brésil, de vice-président exécutif et président-directeur général de WalMart en Asie et de vice-président exécutif et président-directeur général de WalMart en Amérique latine; M. Mario Grauso, qui était président de Vera Wang Group et auparavant président de Puig Fashion; M. Holger Kluge, qui était président du conseil d'administration de Corporation Shoppers Drug Mart depuis le 1^{er} mai 2011; M^{me} Beth Pritchard, qui était chef de la direction d'Organized Living, Inc., M^{me} Sarah Raiss, qui a été vice-présidente directrice, Services de la société, de TransCanada Corp. de 2001 à 2011; M. Domenic Pilla qui, tout juste avant de se joindre à Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, travaillait depuis 11 ans chez McKesson Canada, où il a occupé le poste de président de janvier 2007 à octobre 2011; et M^{me} Mary-Alice Vuicic, qui occupait le poste de vice-présidente aux ressources humaines au sein de Walmart Canada depuis avril 2002, avant de se joindre à Shoppers Drug Mart/Pharmaprix en juillet 2007, en qualité de chef de l'administration et vice-présidente exécutive, Ressources humaines.

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 LACC 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 de Stelco en novembre 2006.

M^{me} Pritchard était chef de la direction d'Organized Living, Inc., une société qui a déposé une demande de protection au titre du chapitre 11 devant le tribunal des faillites du district méridional de l'Ohio, aux États-Unis, le 4 mai 2005.

ACTIONS EN JUSTICE

Dans le cours normal de ses activités, la société est partie à diverses réclamations et procédures judiciaires ou pourrait être visée par celles-ci. Par suite de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, la société fait l'objet d'un recours collectif intenté par deux franchisés-proprétaires titulaires de licence. La réclamation vise l'obtention de dommages-intérêts de 500 millions de dollars fondés sur des violations alléguées de la convention des franchisés-proprétaires conclue avec Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. À cette étape des procédures, toute responsabilité éventuelle ainsi que le montant de la perte qui s'ensuivrait ne peuvent être établis. Étant donné l'incertitude inhérente à un litige, l'issue de ce recours collectif et de toutes les autres procédures et réclamations litigieuses reste incertaine. Toutefois, en fonction de renseignements actuellement disponibles, ces questions, individuellement et dans l'ensemble, ne devraient pas avoir une incidence importante sur la société. Si l'évaluation que fait la direction de l'importance des réclamations et des procédures actuelles se révèle inexacte ou qu'un litige important est intenté à l'avenir, l'un ou l'autre de ces événements pourrait avoir un effet défavorable sur les activités, les produits et la performance financière de la société.

APPLICATION DE LA LOI

La société n'a connaissance d'aucune amende ou sanction qui lui aurait été imposée par un tribunal ou par une autorité de réglementation en valeurs mobilières ou un autre organisme de réglementation, et la société n'a conclu aucun règlement amiable devant un tribunal ou avec une autorité de réglementation en valeurs mobilières.

CONTRATS IMPORTANTS

Les conventions suivantes sont les seuls contrats importants de la société (exception faite de certains contrats conclus dans le cours normal des activités) :

Convention de services

La société a conclu une entente avec Weston en vue de la prestation réciproque de certains services administratifs liés notamment 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 des coûts qui lui revient. Le montant net des paiements aux termes de cette entente s'est élevé à 15 millions de dollars en 2013. Les honoraires versés aux termes de cette entente sont révisés chaque année par le Comité d'audit.

Facilités de crédit

La société a conclu avec un consortium bancaire une convention visant une facilité de crédit à terme non garantie de 3,5 milliards de dollars (la « facilité de crédit à terme ») dont elle s'est prévaluée à la clôture de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, le 28 mars 2014, et qui viendra à échéance cinq ans après cette date. La société a utilisé le produit de cette facilité pour financer une partie de l'acquisition de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix.

En vertu de la facilité de crédit à terme, la société doit maintenir, au dernier jour de chaque trimestre de l'exercice, un ratio de dette nette sur le BAIIA (défini dans la convention comme le bénéfice avant les charges d'intérêts, l'impôt sur le résultat, les amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles et les autres modifications décrites) d'au plus 4,0:1, et ce, pour les quatre derniers trimestres clos à cette date; elle doit aussi maintenir un ratio du BAIIA sur les charges d'intérêts d'au moins 2,75:1 (sous réserve de certaines exclusions prévues dans la convention) pour les quatre derniers trimestres clos à cette date.

La société a aussi conclu avec un consortium bancaire une convention visant une facilité de crédit renouvelable non garantie de 1 milliard de dollars (la « facilité de crédit renouvelable ») dont la date d'échéance actuelle est le 31 décembre 2018. Le produit de la facilité de crédit renouvelable sert à des fins générales.

En vertu de la facilité de crédit renouvelable, la société doit maintenir, au dernier jour de chaque trimestre de l'exercice, un ratio de dette nette sur le BAIIA (selon la définition énoncée dans la convention) d'au plus 4,0:1, et ce, pour les quatre derniers trimestres clos à cette date; elle doit aussi maintenir un ratio du BAIIA sur les charges d'intérêts d'au moins 2,75:1 (sous réserve de certaines exclusions prévues dans la convention) pour les quatre derniers trimestres clos à cette date.

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. a confirmé être indépendant de la société au sens des règlements applicables et des interprétations connexes prescrites par les ordres professionnels pertinents au Canada.

RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ D'AUDIT

La charte du Comité d'audit, telle qu'elle a été approuvée par le Conseil de la société le 29 avril 2014, est incluse à l'Annexe A. La liste des membres du Comité d'audit figure ci-dessus. 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). Leur expérience et leur formation en rapport à leur rôle de membre de ce comité se présentent comme suit :

M. Beeston, Fellow de l'Institut des comptables agréés de l'Ontario et Fellow des Comptables professionnels agréés du Canada, président et chef de la direction de l'équipe de baseball des Blue Jays de Toronto, 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, Fellow de l'Institut des comptables agréés de l'Ontario et Fellow des Comptables professionnels agréés du Canada, était auparavant chef de la direction et associé principal de PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l., où il a également occupé divers postes de cadre dirigeant. M. Clark est titulaire d'un B. Com. de l'Université Queen's ainsi que d'une maîtrise en administration des affaires (*Masters of Business Administration*) de l'Université de Toronto.

M. Bryant était auparavant président du conseil, président et chef de la direction de Longs Drug Stores. M. Bryant est titulaire d'un B.S. de la California State University ainsi que d'un M.B.A. de l'Azusa Pacific University. Il est également diplômé d'Harvard, où il a suivi l'Executive Financial Management Program.

M. Kluge était président des services bancaires personnels et commerciaux à la Banque Canadienne Impériale de Commerce. Il est titulaire d'un B. Com. de la Sir George Williams University et d'un M.B.A. de la Sophia University de Tokyo, au Japon.

HONORAIRES D'AUDIT EXTERNE

Le tableau qui suit présente l'ensemble des honoraires pour services professionnels rendus par KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., auditeurs externes indépendants, facturés respectivement pour les exercices 2013 et 2012 :

(en milliers de dollars)	2013 Réel	2012 Réel
Honoraires d'audit ¹⁾	3 069 \$	2 563 \$
Honoraires pour services afférents à l'audit ²⁾	3 999	1 660
Tous les autres honoraires ³⁾	43	39
Total des honoraires ¹⁾	7 111 \$	4 262 \$

- 1) Les honoraires d'audit incluent les honoraires pour services rendus à l'occasion de l'audit des états financiers consolidés de la société et de l'audit de chacune de ses filiales, soit Propriétés de Choix (à compter de 2013) et Banque le Choix du Président.
- 2) Les honoraires pour services afférents à l'audit incluent des honoraires pour la certification et les services afférents, y compris l'examen des résultats trimestriels communiqués aux actionnaires, l'audit des régimes de retraite, la préparation des lettres d'accord présumé, l'interprétation des normes de comptabilité et d'information financière ainsi que les services professionnels liés aux procédures d'audit effectuées dans le cadre de la transition vers le nouveau système de TI de la société. Les chiffres de 2013 comprennent les honoraires relatifs au premier appel public à l'épargne et aux prospectus visant l'émission de titres de créance de Propriétés de Choix.
- 3) Tous les autres honoraires ont trait aux services liés à l'observance des lois et des règlements.

La charte du Comité d'audit prévoit que le recours à l'auditeur pour tout service, à l'exception de l'audit, doit être préalablement approuvé par le Comité d'audit. Le Comité d'audit peut déléguer ce pouvoir d'approbation à un ou plusieurs de ses membres, dans la mesure permise par la loi.

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

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 et 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 pour l'assemblée annuelle tenue le 1^{er} mai 2014. D'autres informations financières sont également fournies dans les états financiers consolidés de la société et dans son rapport de gestion du dernier exercice.
2. Des informations supplémentaires ont été déposées dans le Système électronique de données, d'analyse et de recherche (« SEDAR »), accessible au www.sedar.com, et auprès du Bureau du surintendant des institutions financières (le « BSIF »), le principal organe de réglementation auquel est assujettie la Banque PC, filiale de la société.
3. Des informations supplémentaires sur Propriétés de Choix ont été déposées sur SEDAR et peuvent être consultées en ligne à l'adresse www.sedar.com. L'adresse du site Internet de Propriétés de Choix est www.choicereit.ca.

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

Annexe A

Charte exposant le mandat du comité d'audit

1. RESPONSABILITÉS DU COMITÉ

Il incombe au comité d'audit d'appuyer le conseil d'administration de la société (le « conseil ») dans son rôle de surveillance relatif :

- à l'intégrité des états financiers de la société;
- au respect par la société des dispositions législatives et réglementaires afférentes aux états financiers de la société;
- aux compétences, à l'indépendance et au rendement de l'auditeur externe de la société (l'« auditeur »);
- au processus de gestion du risque d'entreprise;
- au contrôle interne à l'égard de la communication de l'information financière ainsi qu'aux contrôles et procédures en matière de communication de l'information;
- au rendement de la fonction d'audit interne de la société; et
- d'accomplir les autres tâches prévues dans la présente charte ainsi que celles déléguées au comité d'audit par le conseil.

2. MEMBRES DU COMITÉ

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

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

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

3. PRÉSIDENT DU COMITÉ

Chaque année, le conseil nomme un président du comité d'audit parmi les membres. Advenant le cas où le conseil ne nomme pas de président du comité d'audit, le président en poste y demeure jusqu'à ce que son remplaçant soit nommé. Le conseil a adopté et approuvé une description de poste pour le poste de président du comité qui précise son rôle et ses responsabilités.

4. DURÉE DU MANDAT DE CHAQUE MEMBRE

Chaque membre exerce ses fonctions jusqu'à ce que son mandat de membre auprès du comité d'audit soit terminé ou qu'il soit destitué.

5. QUORUM, DESTITUTION ET POSTES VACANTS

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

6. RESPONSABILITÉS SPÉCIFIQUES ET TÂCHES

Il incombe au comité d'audit de s'acquitter des tâches précisées ci-dessous ainsi que de toute autre tâche que lui délègue spécifiquement le conseil.

(a) Nomination et examen de l'auditeur

L'auditeur doit rendre des comptes, en définitive, au comité d'audit à titre de représentant des actionnaires. Le comité d'audit est directement responsable de la surveillance des travaux de l'auditeur. En conséquence, le comité d'audit doit évaluer la relation existante entre la société et l'auditeur et demeure responsable de cette relation. Plus spécifiquement, le comité d'audit doit :

- choisir, évaluer et désigner l'auditeur en vue de sa nomination ou de la reconduction de son mandat par les actionnaires;
- examiner la lettre de mission de l'auditeur;
- au moins une fois l'an, obtenir et examiner un rapport de l'auditeur décrivant :
 - les procédures internes de l'auditeur en matière de contrôle de qualité de son travail; et
 - toute question importante soulevée par l'examen de contrôle de qualité interne le plus récent, l'examen par ses pairs, l'examen par toute entité indépendante de surveillance tel le Conseil canadien sur la reddition des comptes ou les autorités gouvernementales ou corporations professionnelles au cours des cinq années antérieures ayant trait à un ou plusieurs audits indépendants effectués par l'auditeur et les mesures prises pour corriger les points problématiques soulevés au cours de ces examens.

(b) Confirmation de l'indépendance de l'auditeur

Au moins une fois l'an, et avant que l'auditeur n'émette son rapport sur les états financiers annuels, le comité d'audit doit :

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

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

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

(d) Approbation préalable des services non liés à l'audit

Le comité d'audit doit approuver au préalable l'emploi des services de l'auditeur pour tout service non lié à l'audit pourvu qu'aucune approbation ne soit donnée pour des services interdits en vertu des règles du Conseil canadien sur la reddition des comptes ou des normes d'indépendance de l'Institut Canadien des Comptables Agréés. Avant de retenir les services de l'auditeur pour tout service non lié à l'audit, le comité d'audit doit s'assurer de la compatibilité de ce service avec le maintien de l'indépendance de l'auditeur. Le comité d'audit peut approuver au préalable l'emploi des services de l'auditeur pour des services non liés à l'audit en adoptant des politiques et procédures devant être suivies avant que l'auditeur ne soit retenu pour fournir de tels services non liés à l'audit. De plus, le comité d'audit peut déléguer à un ou plusieurs de ses membres le pouvoir d'approuver au préalable le recours à l'auditeur pour tout service non lié à l'audit dans la mesure permise par la législation qui s'applique.

(e) Communications avec l'auditeur

Le comité d'audit tient des réunions à huis clos avec l'auditeur autant de fois que le comité d'audit le juge approprié afin de s'acquitter de ses responsabilités (au moins une fois par trimestre) et pour discuter de toute question qui le préoccupe ou qui préoccupe l'auditeur, par exemple :

- les sujets qui feront l'objet de la lettre de l'auditeur à la direction;
- si l'auditeur est satisfait ou non de la qualité et de l'efficacité des mécanismes et procédures de communication des données financières; et
- dans quelle mesure l'auditeur est satisfait de la nature et de l'étendue de ses travaux d'audit et de la collaboration de la direction et sa réactivité aux questions que soulèvent pareils travaux.

(f) Révision du programme d'audit

Le comité d'audit doit réviser d'avance le sommaire du programme d'audit établi par l'auditeur pour chaque audit.

(g) Approbation des honoraires d'audit

La responsabilité de l'approbation des honoraires de l'auditeur incombe au comité d'audit. En approuvant les honoraires de l'auditeur, le comité d'audit tient compte, entre autres, de ce qui suit : du nombre et de la nature des rapports émis par l'auditeur, de la qualité des contrôles internes, de l'incidence de la taille, complexité et situation financière de la société sur le plan du déroulement de l'audit et de l'ampleur de l'audit interne et des autres services de soutien fournis par la société à l'auditeur.

(h) Révision des états financiers annuels audités

Le comité d'audit revoit les états financiers annuels audités ainsi que le rapport de l'auditeur s'y rattachant et le rapport de gestion afférent avant de les recommander au conseil pour approbation afin d'évaluer s'ils donnent ou non, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la société, des résultats d'exploitation et de ses flux de trésorerie conformément aux PCGR (qui incluent les normes internationales d'information financière, IFRS).

Au cours de son examen, le comité d'audit devrait :

- discuter avec la direction et l'auditeur des états financiers annuels audités et du rapport de gestion;
- examiner la qualité et non seulement la pertinence des principes comptables appliqués, le caractère raisonnable des jugements exercés par la direction ainsi que les estimations ayant une incidence significative sur les états financiers et la clarté de la communication de l'information présentée dans les états financiers;
- discuter avec l'auditeur de son rapport faisant référence à :
 - toutes les conventions et pratiques comptables importantes devant être appliquées;
 - toute autre méthode de traiter l'information financière prévue dans les PCGR et qui a été discutée avec la direction de la société, les ramifications découlant de l'utilisation d'autres méthodes de traitement et de communication de l'information et la méthode de traitement préconisée par l'auditeur; et
 - toute autre correspondance importante entre l'auditeur et la direction de la société, notamment toute lettre de la direction ou liste des écarts non régularisés;
- discuter de toute analyse préparée par la direction et par l'auditeur faisant état de questions notables se rapportant à la communication de l'information financière et les jugements exercés au cours de la préparation des états financiers, y compris, les analyses de l'incidence de l'application d'autres méthodes prévues dans les PCGR;
- discuter de l'incidence d'éléments hors bilan, d'ententes, d'obligations (y compris des éléments de passif éventuels) et de toute autre relation avec des entités non consolidées ou avec d'autres personnes pouvant avoir une incidence importante immédiate ou future sur la situation financière de la société, l'évolution de la situation financière, les

résultats d'exploitation, la liquidité, les dépenses en immobilisations, les fonds propres ou les éléments importants des revenus et dépenses;

- prendre connaissance de toute modification aux conventions et pratiques comptables et de leur incidence sur les états financiers de la société;
- discuter avec la direction et l'auditeur et, s'il y a lieu, avec le conseiller juridique, de tout litige, de toute réclamation ou autre éventualité, y compris tout avis d'imposition pouvant avoir une incidence importante sur la situation financière de la société et la manière dont ces faits ont été relatés dans les états financiers;
- discuter avec la direction et l'auditeur de la correspondance avec les organismes de régulation ou les organismes gouvernementaux, de plaintes formulées par les employés ou de rapports publiés qui soulèvent des questions importantes concernant les états financiers ou les conventions comptables de la société;
- discuter avec l'auditeur de toute mesure spécifique d'audit appliquée pour contrer toute faiblesse importante, le cas échéant, au niveau du contrôle interne;
- discuter avec l'auditeur de toute difficulté survenue au cours du travail d'audit, y compris toute restriction imposée quant à l'ampleur de leurs procédures ou de l'accès à l'information demandée, des ajustements comptables proposés par l'auditeur qui n'ont pas été appliqués (parce qu'ils étaient peu importants ou autre), et d'importants désaccords avec la direction;
- prendre connaissance de tout autre fait qui, selon son jugement, devrait entrer en ligne de compte lors de la préparation de sa recommandation au conseil en ce qui a trait à l'approbation des états financiers;
- s'assurer que les conventions et pratiques comptables pertinentes ont été choisies et appliquées de la même manière pour toute la période; et
- s'assurer que la direction a mis en place des procédures pertinentes afin de respecter la législation qui s'applique quant au versement des impôts, des prestations de retraite et de la rémunération aux employés.

(i) Révision des états financiers intermédiaires

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

(j) Autres informations financières

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

(k) Révision des prospectus et des autres documents réglementaires

Le comité d'audit doit réviser tous les autres états financiers de la société pour lesquels l'approbation du conseil est requise avant qu'ils ne soient rendus publics, y compris, sans toutefois s'y limiter, les états financiers à utiliser dans les prospectus ou autres documents d'offres ou documents de nature publique et les états financiers exigés par les organismes de régulation. Le comité d'audit examine la notice annuelle de la société avant son dépôt.

(l) Opérations entre personnes apparentées

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

(m) Examen du service d'audit interne

Le comité d'audit examine le mandat du service d'audit interne, le budget, la planification des activités et la structure organisationnelle du service d'audit interne pour s'assurer qu'il est indépendant de la direction et qu'il a les ressources suffisantes pour accomplir son mandat.

Les membres du comité d'audit tiennent des réunions à huis clos avec le cadre de direction chargé de l'audit interne aussi souvent que le comité d'audit le juge approprié pour assurer l'accomplissement de ses responsabilités, et ce, au moins une fois par trimestre, pour discuter de toute question qui préoccupe le comité d'audit ou le cadre de direction chargé de l'audit interne afin de confirmer que :

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

(n) Relations avec la direction

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

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

Le comité d'audit, en collaboration avec la direction, examine les pratiques adoptées et l'efficacité opérationnelle en ce qui concerne (i) le contrôle interne effectué par la société à l'égard de la communication de l'information financière et (ii) les contrôles et procédures en matière de communication de l'information qui ont été adoptés pour assurer la diffusion en temps opportun de l'information importante au sujet de la société et de ses filiales selon les exigences de la législation ou des règles de bourses de valeurs mobilières qui s'appliquent. Le comité d'audit reçoit, à intervalle régulier, des rapports émis par le comité de la communication de l'information et le groupe de vérification de la conformité du contrôle interne de la société concernant le système de contrôles et de procédures de la société en matière de communication de l'information et du contrôle interne à l'égard de la communication de l'information financière, y compris des plans annuels, s'il y a lieu. Le comité d'audit examine également au moins une fois l'an la Politique de la société en matière de communication de l'information.

(p) Respect des dispositions prévues par la législation

Le comité d'audit, en collaboration avec le conseiller juridique, examine toute question juridique pouvant avoir une incidence importante sur les états financiers de la société. Le comité d'audit, en collaboration avec le conseiller juridique, devrait examiner les demandes de renseignements importants émanant des organismes de régulation et des organismes gouvernementaux. Le comité d'audit, en collaboration avec un représentant du comité d'éthique et de conduite dans les affaires, doit examiner toute question importante résultant d'une violation connue ou soupçonnée du Code de conduite dans les affaires de la société à l'égard de questions financières et de comptabilité ainsi que toute préoccupation importante relativement à des points discutables touchant la comptabilité ou l'audit et portée à leur attention par l'intermédiaire de la ligne téléphonique Action-Intégrité de la société ou d'une autre façon.

(q) Gestion du risque d'entreprise

Le comité d'audit s'assure, au moyen de rapports à intervalle régulier soumis par le service d'audit interne et la direction, de la gestion efficace du risque afférent aux risques particuliers sur lesquels la surveillance a été déléguée au comité d'audit par le conseil. Le président du comité d'audit présente périodiquement un rapport au conseil sur toute problématique d'importance afférente à la gestion du programme pour ce qui est desdits risques.

(r) Questions fiscales

Le comité d'audit examine la situation fiscale de la société.

(s) Politiques en matière de recrutement

Le comité d'audit examine et approuve les politiques de la société en matière de recrutement d'associés et d'employés exerçant une profession auprès de l'auditeur externe actuel et des auditeurs externes antérieurs de la société.

7. PROCÉDURE EN MATIÈRE DE PLAINTES

Le comité d'audit contrôle l'efficacité des procédures de la société en vue de la réception, de la conservation et du suivi des plaintes reçues par la société concernant la comptabilité, les contrôles internes, les contrôles sur la communication de l'information ou les questions d'audit et en vue de la présentation par les employés de la société, en toute confidentialité et sous le couvert de l'anonymat, de leurs préoccupations relatives aux questions comptables, aux contrôles internes ou à l'audit. Le comité d'audit examine et approuve annuellement les procédures de la société en matière de plaintes concernant la comptabilité, l'audit et les contrôles internes. Le comité examine avec la direction les rapports périodiques à ce sujet.

8. COMPTES RENDUS AU CONSEIL

Le comité d'audit soumet des comptes rendus au conseil sur :

- l'indépendance de l'auditeur;
- le rendement de l'auditeur et les recommandations du comité d'audit quant à la reconduction ou non de son mandat;
- le rendement de la fonction d'audit interne;
- le caractère adéquat des pratiques adoptées et de l'efficacité opérationnelle en ce qui concerne le contrôle interne effectué par la société à l'égard de la communication de l'information financière ainsi que des contrôles et procédures en matière de communication de l'information;
- la révision par le comité d'audit des états financiers annuels et intermédiaires de la société et tout rapprochement aux PCGR, y compris toute question se rapportant à la qualité ou à l'intégrité des états financiers, ainsi que du rapport de gestion et recommande au conseil s'il doit ou non approuver les états financiers, tout rapprochement aux PCGR et le rapport de gestion;
- la révision par le comité d'audit de la notice annuelle;
- le respect par la société des dispositions législatives et réglementaires dans la mesure où elles ont une incidence sur les états financiers de la société;
- la gestion des risques particuliers sur lesquels la surveillance lui a été déléguée par le conseil dans le cadre du programme de gestion du risque d'entreprise; et
- toutes les autres questions importantes traitées par le comité d'audit.

9. RÉVISION ET COMMUNICATION DE L'INFORMATION

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

modifications additionnelles, le cas échéant, proposées par le comité de la gouvernance, de la formation du personnel, des mises en candidature et nominations et de la rémunération.

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

10. FRÉQUENCE DES RÉUNIONS ET DES SESSIONS À HUIS CLOS

Le comité se réunit au moins cinq fois l'an. Les membres du comité tiennent une session à huis clos après toute réunion régulière du comité d'audit.

11. RECOURS AUX SERVICES D'EXPERTS

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