



# Rapport Vivre bien, vivre pleinement 2025

Les Compagnies  
Loblaw  
Limitée

# Table des matières

Comprendre ce rapport	3
Divulgations de Loblaw	3
Message de notre Président et chef de la direction	4
Importance relative	5
Gouvernance ESG	5
2025 : Faits saillants liés à la performance	6



<b>Lorsque les communautés canadiennes se renforcent, la prospérité s'ensuit</b>	<b>7</b>
Actions et stratégies climatiques	8
Catastrophes naturelles et intervention humanitaire	9
Fondation pour les enfants le Choix du Président	10
Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes <sup>MC</sup>	10
Nourrir plus de familles <sup>MC</sup>	11
Nourrir les communautés tout en réduisant le gaspillage alimentaire	11
Réduire le gaspillage alimentaire	12
Construire plus qu'un magasin. Offrir des soins de confiance.	13
Confidentialité et cybersécurité	13
Créer des magasins sécuritaires et inclusifs pour tous	14

<b>Comment nous favorisons une croissance responsable avec des partenaires pour soutenir les Canadiens</b>	<b>15</b>
Croissance responsable dans les secteurs de l'alimentation, de la santé et des produits de première nécessité	15
Approvisionnement stratégique responsable grâce au partenariat	16
Gestion des risques liés aux principaux produits d'usage courant	16
Approvisionnement stratégique responsable chez Loblaw	16
Bien-être des animaux	17
Œufs de poules	17
Matériaux et produits de beauté responsables	17
Protéger la nature et renforcer la biodiversité	18
Profil de partenariat : Canards Illimités Canada	18
S'attaquer au plastique	19
Le Pacte sur les plastiques et les Règles d'or de la conception	19
Favoriser l'innovation au Canada grâce au partenariat	20

<b>Notre personnel et la valeur que nous offrons aux Canadiens chaque jour</b>	<b>21</b>
La prospérité se trouve à moins de dix kilomètres	21
Culture et inclusion	22
Gouvernance	22
Représentation	22
Groupes de ressources pour les employés	23
Célébrez vos racines à Loblaw	23
Capables à Loblaw	23
Voyez grand Femmes à Loblaw	24
La Fierté à Loblaw	24
Code de conduite des collègues	25
Perfectionnement professionnel et développement de carrière	25
Culture, reconnaissance et soutien	25
M3 - Meilleur moi, meilleur nous, meilleur Loblaw	26
La valeur que nous offrons aux Canadiens d'un océan à l'autre	27
La marque le Choix du Président <sup>MD</sup> et Ici, tout est possible <sup>MD</sup>	28
Offrir de la valeur grâce à l'innovation de la marque le Choix du Président	28
À propos des énoncés prospectifs	29
Notes de fin de document	30

# Comprendre ce rapport

Nous sommes convaincus que la prospérité à long terme du Canada se construit collectivement, d'une communauté à une autre. Elle se s'accroît lorsque les familles peuvent compter sur des produits de première nécessité qui offrent de la valeur, lorsque les communautés se soutiennent mutuellement en cas de besoin et lorsque les entreprises bénéficient de la confiance nécessaire pour investir dans l'avenir. Enfin, nous sommes convaincus que lorsque les communautés canadiennes prospèrent, nous profitons tous de cette prospérité. Cette conviction guide notre façon de travailler, nos efforts pour lutter contre les changements climatiques et faire progresser l'équité sociale, ainsi que notre engagement indéfectible à offrir valeur, qualité, service et commodité à travers le pays.

Le rapport « Vivre bien, vivre pleinement » présente les progrès que nous réalisons dans nos domaines prioritaires, à savoir lutter contre les changements climatiques et faire progresser l'égalité sociale. Il fournit des données et un aperçu des mesures que nous prenons, de l'impact que nous avons, ainsi que des témoignages et des faits illustrant comment ce travail soutient les Canadiens, nos collègues et la réussite à long terme de notre entreprise.

Le présent rapport couvre l'exercice financier 2025 de Loblaw qui s'est terminé le 3 janvier 2026. Sauf indication contraire, les informations fournies concernent cette période et tous les renseignements financiers sont présentés en dollars canadiens.

Notre rapport « Vivre bien, vivre pleinement » s'inscrit dans le cadre plus large des divulgations que vous communiquons. Ce diagramme montre comment « Vivre bien, vivre pleinement » s'intègre à nos autres divulgations et aide les lecteurs à comprendre quels sujets sont abordés ici et où trouver des renseignements plus détaillés ou techniques. Ce rapport met l'accent sur le contexte, les priorités et les progrès réalisés. D'autres tableaux de données,

divulgations techniques et énoncés prospectifs sont fournis dans d'autres rapports et documents supplémentaires mentionnés dans le diagramme.

Notre stratégie concernant les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), notre structure de gouvernance et notre approche en matière de gestion des risques sont détaillées dans notre Rapport de divulgation sur les priorités ESG. Ce rapport décrit comment les considérations ESG sont intégrées dans notre stratégie commerciale, supervisées par notre Conseil d'administration, et intégrées dans la gestion des risques et la prise de décision de l'entreprise. Ensemble, ces divulgations offrent une vue d'ensemble de la façon dont nous gérons les priorités ESG et dont nous mesurons les progrès au fil du temps.

L'information contenue dans le présent rapport reflète les activités de Loblaw à l'échelle de l'entreprise, y compris les activités des magasins d'alimentation détenus par la société, des franchisés et des établissements détenus par des pharmaciens propriétaires, à moins d'indication contraire. Ces activités comprennent les magasins d'alimentation franchisés, T&T<sup>MD</sup> et les établissements Shoppers Drug Mart<sup>MD</sup> et Pharmaprix<sup>MD</sup> détenus par des pharmaciens propriétaires.

Dans un nombre limité de cas où les données ne sont pas encore disponibles de manière cohérente pour tous les modèles d'exploitation, les indicateurs ne concernent que les actifs exploités par la société. Ces cas sont explicitement identifiés dans les sections concernées ou dans les notes de fin de document.

Ce rapport se concentre principalement sur les émissions issues de l'empreinte opérationnelle de notre entreprise (Scope 1 et Scope 2). Ces émissions ne représentent qu'une partie de notre empreinte carbone totale. La majorité des émissions sont issues de type Scope 3, qui comprend notre chaîne

d'approvisionnement et le cycle de vie de nos produits. Nous visons à atteindre zéro émission nette pour les émissions de Scope 3 d'ici 2050.

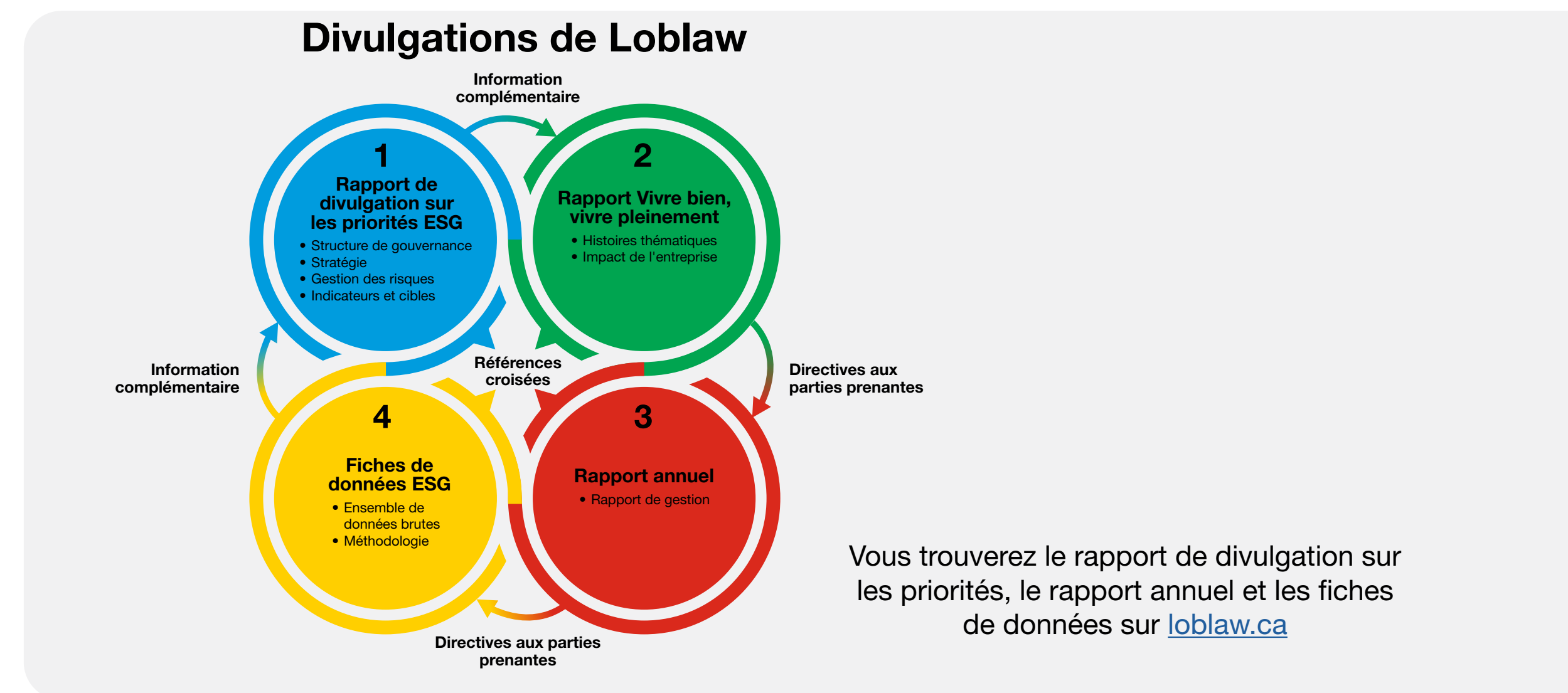
La supervision des priorités et des divulgations ESG est intégrée à la structure de gouvernance de Loblaw, avec un examen régulier par la haute direction et le Conseil d'administration. Les indicateurs publiés sont soumis à des contrôles internes et à des processus d'examen établis, y compris la surveillance par le service de publication de l'information financière. Le service de vérification interne examine des indicateurs et des processus sélectionnés afin de s'assurer de leur exactitude et de leur cohérence.

Chaque année, nous examinons les cadres de déclaration tiers largement reconnus afin de définir la manière dont nous communiquons les renseignements sur nos performances environnementales et sociales.

Ces cadres permettent de s'assurer que nos divulgations sont claires, cohérentes et conformes à des normes internationales reconnues. Une liste complète des cadres de référence que nous utilisons figure en annexe pour ceux et celles qui souhaitent en savoir plus.

Ce rapport ne contient pas d'informations spécifiques aux produits. Nous invitons nos clients à continuer de se référer aux étiquettes de nos produits ou aux conditions de service lorsqu'ils prennent leurs décisions d'achat. Pour connaître les toutes dernières mises à jour concernant nos initiatives en matière de responsabilité, rendez-vous sur [loblaw.ca/fr/responsibility](https://loblaw.ca/fr/responsibility).

Pour toute question ou tout commentaire, veuillez envoyer un courriel à l'adresse [responsibility@loblaw.ca](mailto:responsibility@loblaw.ca)



# Message de notre Président et chef de la direction



En tant qu'entreprise canadienne établie depuis plusieurs générations, nous sommes profondément ancrés dans les communautés que nous servons. Dans plus de 2 800 emplacements, nos franchisés, pharmaciens et pharmaciennes propriétaires, gestionnaires, pharmaciens et pharmaciennes, ainsi que nos collègues vivent là où ils travaillent. Ils comprennent les réalités auxquelles sont confrontés leurs voisins, et cette proximité façonne la manière dont nous répondons aux défis sociaux, aux impacts climatiques et aux besoins courants des millions de Canadiens qui comptent sur nous.

En 2025, bon nombre de Canadiens ont continué à être confrontés à des pressions en matière d'abordabilité, tandis que l'instabilité mondiale, notamment les menaces d'imposition de droits de douane, a créé de l'incertitude dans les chaînes d'approvisionnement. Malgré tout, nous sommes restés fidèles à une conviction simple : lorsque les Canadiens ainsi que leurs communautés prospèrent, notre entreprise prospère aussi.

Cette conviction se reflète dans les priorités qui guident notre approche visant à assurer une prospérité partagée. Nous nous engageons à lutter contre les changements climatiques, à faire progresser l'équité sociale et à soutenir les communautés. En prenant des mesures concrètes pour répondre à ces priorités, nous nous développons de manière responsable avec nos fournisseurs et nos partenaires, et continuons à fournir les produits et services dont les Canadiens.

Nous soutenons fièrement les communautés partout au pays. Grâce à la générosité de nos clients, de nos collègues et de nos franchisés, nous avons recueilli et versé plus de 23,7 millions de dollars au profit de la Fondation pour les enfants le Choix du Président,

l'aidant ainsi à rejoindre un million d'enfants chaque année par le biais de programmes alimentaires en milieu scolaire<sup>6,8</sup>. La Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup> a dépassé son objectif d'investir 50 millions de dollars d'ici 2026 dans des initiatives axées sur la santé des femmes. Depuis 2022, nous avons ouvert 250 cliniques de soins pharmaceutiques pour aider à alléger le fardeau des médecins de famille et lancé le programme « Demandez Angela » dans plus de 300 emplacements afin de créer des espaces plus sécuritaires dans nos magasins.

Nous nous engageons par ailleurs à faire notre part pour lutter contre les changements climatiques. En 2025, nous avons annoncé notre plus grande installation solaire sur toiture à notre centre de distribution d'East Gwillimbury, réduit les parcours à vide sur l'ensemble de notre réseau de transport et, en partenariat avec nos fournisseurs, atteint un taux de recyclabilité ou de réutilisabilité de 98 % pour les emballages faits de plastique de nos produits de marques contrôlées et de ceux fournis en magasin<sup>15</sup>. Ces actions, parmi tant d'autres, renforcent la résilience tout en réduisant notre impact sur l'environnement.

Le soutien aux fournisseurs a été un autre moyen pour nous de contribuer à la prospérité de l'ensemble du système alimentaire canadien. En collaborant étroitement avec les producteurs canadiens et en maintenant une base d'approvisionnement diversifiée, nous avons élargi notre offre et soutenu les communautés locales, tout en continuant à maintenir des prix abordables au cours d'une année marquée par l'incertitude économique et les pressions commerciales. Nous avons construit 77 nouveaux magasins pour mieux servir les communautés à travers le Canada, dont un grand nombre sous notre bannière à escompte.

Aucun des succès que nous avons réalisés en 2025 n'aurait été possible sans notre personnel. Leur dévouement envers nos valeurs ÊTRE – Engagement, Tenir à cœur, Respect et Excellence – nous permet de concrétiser chaque jour notre raison d'être qui consiste à aider les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement. Dans ce rapport, nous avons adopté une approche plus narrative, en mettant en valeur les personnes, les partenariats et les histoires qui donnent vie à notre travail partout au Canada.

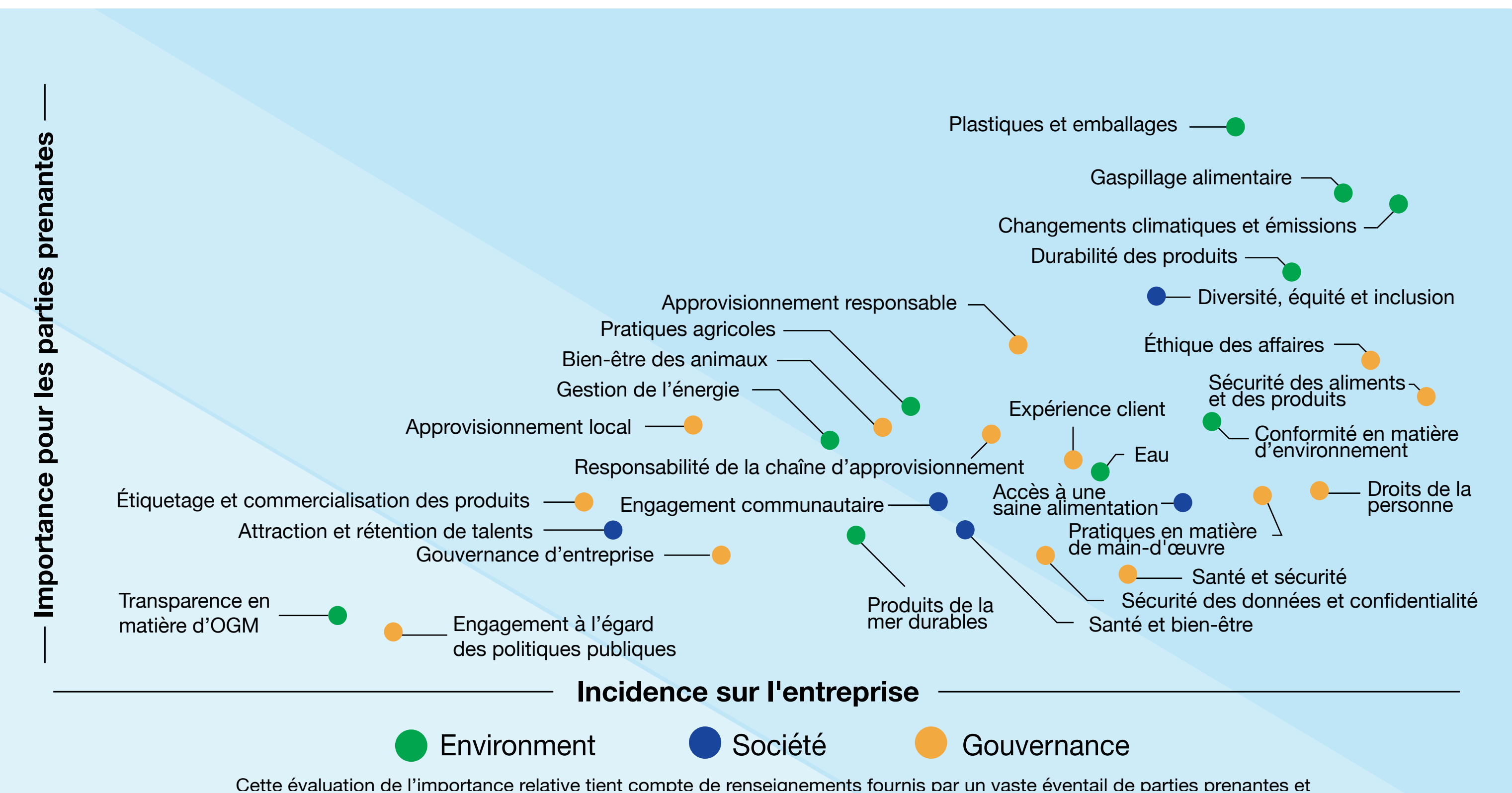
La prospérité, c'est un bien commun qui se bâtit progressivement grâce à l'action responsable de nos employés, à des partenariats solides avec nos fournisseurs et à la confiance que nous accordent nos clients. Je suis fier de ce que nos équipes ont accompli en 2025, souvent malgré un contexte particulièrement difficile. En tant qu'entreprise canadienne fière œuvrant dans les secteurs de l'alimentation et de soins de santé, nous restons déterminés à renforcer les communautés, à relever les défis climatiques et sociaux, et à aider les Canadiens à prospérer aujourd'hui et pour les générations à venir.

Per Bank  
Président et chef de la direction

# Importance relative

En 2021, nous avons procédé à une évaluation de l'importance relative selon les normes GRI de 2016, qui cernait les questions essentielles se répercutant sur nos activités et celles qui sont importantes pour nos parties prenantes. En faisant appel à un consultant externe, nous avons interrogé plus de 600 parties prenantes internes et externes, notamment des collègues, des fournisseurs, des entités gouvernementales, des universités, des organisations non gouvernementales (« ONG ») et des investisseurs. Cette étude évaluait l'importance, la pertinence, l'incidence et la perception de certains enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance, en tenant compte de la connaissance de nos pratiques en matière de développement durable et de l'évolution des problématiques à cet égard. Prenant en compte l'influence croissante des investisseurs, des entrevues ciblées ont été menées pour comprendre leurs principales préoccupations en matière de développement durable.

Compte tenu de la possibilité que des obligations d'information conformes aux normes de l'ISSB soient mises en place, la société a reporté la réalisation d'une évaluation formelle en matière d'importance relative en attendant l'adoption de ces normes par les autorités réglementaires canadiennes et continue de suivre l'évolution de la réglementation afin de déterminer le moment opportun pour mener à bien cette évaluation.



## Gouvernance ESG

Loblaw reconnaît que de solides pratiques de gouvernance sont un facteur clé de réussite en matière d'ESG. Nous avons intégré les responsabilités ESG à tous les niveaux de l'entreprise afin de faciliter la prise de décisions qui intègrent les considérations ESG.

Les questions ESG peuvent avoir une incidence sur les activités, la conformité à la réglementation, la réputation et les résultats financiers, et constituent donc un domaine d'intérêt important pour le Conseil d'administration de Loblaw et ses comités. Le Conseil d'administration supervise et surveille l'approche, les politiques et les pratiques de la société en lien avec les questions ESG. Ceci inclut le programme de gestion du risque de la société, y compris sa conception et sa structure, et en évaluer l'efficacité.

Loblaw dispose d'un Comité directeur ESG composé de dirigeants qui guide la société et ses collègues en ce qui concerne le programme ESG et les activités connexes, et qui est chargé de veiller à ce que la société prenne en compte et adopte des pratiques et des programmes ESG exemplaires. Ses responsabilités comprennent la supervision des objectifs d'affaires stratégiques pour les engagements et les cibles en matière d'ESG, ainsi que de l'endossement de ceux-ci par la direction afin de favoriser une culture axée sur l'ESG au sein de l'entreprise. Le Comité directeur ESG supervise également différents comités de gestion ESG qui sont chargés de fixer les priorités, de mettre en œuvre et de contrôler les initiatives liées à l'ESG dans l'ensemble de l'entreprise.

# 2025 : Faits saillants liés à la performance

**2 800** emplacements

**77** nouveaux magasins en 2025



**+18M** membres PC Optimum<sup>MC</sup> actifs



**220k** employés et collègues

**250** cliniques gérées par des pharmaciens

Recueilli et versé en dons **23,7M\$** au profit de la Fondation pour les enfants le Choix du Président<sup>MC6</sup>



Recueilli et versé en dons **18,7M\$** au profit de la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>7</sup>



Recueilli et versé en dons **3,9M\$** au profit de la campagne Nourrir plus de familles<sup>MC11</sup>



**2,1 G\$** réinvestis dans l'économie canadienne, avec un objectif de 10 milliards \$ d'ici 2030.

Atteinte d'un taux de conformité de **98 %** par rapport à l'objectif de 2025 en matière de lutte contre les déchets plastiques.<sup>15</sup>



Réalisation de **344** projets de réduction des émissions de carbone.<sup>4</sup>



Plus de **20k** tonnes métriques ont été versées en dons aux banques alimentaires et aux organismes de récupération alimentaire.<sup>1</sup>

# Lorsque les communautés canadiennes se renforcent, la prospérité s'ensuit

Les communautés se renforcent lorsqu'elles ont accès aux aliments, aux soins et au soutien, en particulier dans les moments difficiles. Qu'il s'agisse de répondre à des urgences liées au climat ou d'aider les familles à se nourrir, nous nous engageons à renforcer les communautés que nous servons. Grâce à notre stratégie climatique, nous réduisons les émissions, luttons contre le gaspillage alimentaire et les déchets plastiques, et investissons dans la résilience à long terme pour aider les communautés à s'adapter et à tenir bon.

En 2025, alors que les feux de forêt et les inondations ont touché des régions partout au pays, nos équipes ont travaillé en collaboration avec des partenaires locaux pour assurer l'accès aux aliments, à l'eau et aux fournitures essentielles. Grâce à la Fondation pour les enfants le Choix du Président, à Nourrir plus de familles<sup>MC</sup> et à la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup>, nous continuons à soutenir des programmes alimentaires, l'accès aux aliments, la recherche et des soins équitables à l'échelle nationale. Les partenariats avec Deuxième Récolte et Banques alimentaires Canada permettent de rediriger les surplus d'aliments vers les gens qui en ont le plus besoin.

Dans nos magasins et nos pharmacies, l'expansion des cliniques gérées par des pharmaciens élargies et le renforcement des initiatives en magasin améliorent l'accès à des soins fiables et créent des espaces sécuritaires et accueillants pour tous. C'est en soutenant les communautés lors de crises et au quotidien que nous contribuons à renforcer une résilience à long terme.

# Actions et stratégies climatiques

En tant qu'entreprise canadienne exploitant des magasins, des pharmacies et des centres de distribution dans tout le pays, nous faisons partie des communautés que nous servons. Nous constatons de première main l'impact que les changements climatiques ont sur nos collègues, nos clients et les lieux où nous vivons. Pour réussir, nous devons aider les communautés à réussir, et contribuer à la lutte contre les changements climatiques est l'une de nos principales responsabilités. Nous nous engageons à atténuer les répercussions de nos activités et soutenir les acteurs de notre chaîne de valeur dans leurs propres efforts pour faire de même.

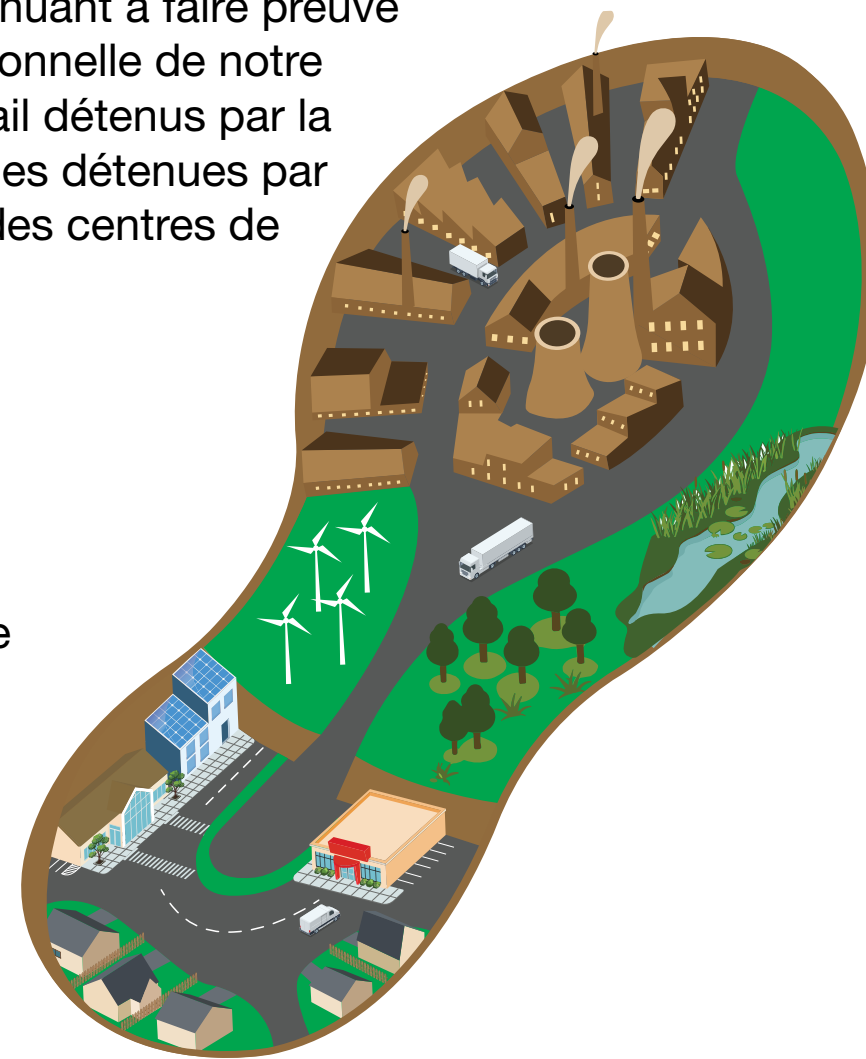
Afin de contribuer à la prospérité et à l'épanouissement des communautés pour les générations à venir, il est primordial de s'attaquer aux risques climatiques. C'est ce qu'il convient de faire pour nos communautés et nos clients. Notre transition carbone contribue non seulement à atténuer les risques liés au climat et à accélérer notre progression vers la réalisation de nos objectifs de zéro émission nette, mais aussi à créer de nouvelles occasions et à renforcer notre entreprise pour une réussite à long terme. Apprenez-en plus sur nos ambitions en matière de réduction des émissions de carbone dans notre [Rapport de divulgation sur les priorités ESG 2025](#).

## Aspirations en matière d'objectifs de réduction des émissions de carbone

Depuis près de vingt ans, nous nous efforçons de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) dans l'ensemble de nos activités opérationnelles. En 2021, nous avons établi une nouvelle année de référence et fixé un objectif ambitieux visant à atteindre zéro émission nette afin de guider nos progrès. À mesure que nous poursuivons notre travail, nous sommes conscients que des facteurs comme la croissance des activités, les changements au sein du réseau énergétique et l'évolution des technologies peuvent influencer les résultats liés aux émissions. Dans cette optique, nous évaluons régulièrement notre plan carbone afin de nous assurer qu'il demeure adapté à nos objectifs tout en continuant à faire preuve de transparence quant à nos progrès. L'empreinte opérationnelle de notre entreprise comprend des magasins d'alimentation au détail détenus par la société et ceux détenus par des franchisés, des pharmacies détenues par des pharmaciens propriétaires, ainsi que des bureaux et des centres de distribution de l'entreprise.

## Atteindre l'objectif zéro émission nette

- Réduire de 50 % l'empreinte opérationnelle de notre entreprise (Scope 1 et Scope 2, émissions fondées sur les données du marché) d'ici 2030 par rapport à l'année de référence de 2020.
- Atteindre zéro émission nette pour l'empreinte opérationnelle de notre entreprise (Scope 1 et Scope 2, émissions fondées sur les données du marché) d'ici 2040.
- Atteindre zéro émission nette pour les émissions de Scope 3 d'ici 2050.



## L'Initiative Supplier Leadership on Climate Transition (SLOCT)

Dans le cadre de notre ambition d'atteindre zéro émission nette, nous encourageons nos fournisseurs à se fixer des objectifs de réduction fondés sur des données scientifiques, conformément à notre objectif défini par l'initiative SBT, visant à ce que 70 % de nos dépenses auprès des fournisseurs de niveau 1 soient associées à des objectifs fondés sur des données scientifiques d'ici 2027.<sup>2</sup>

En 2025, nous avons offert une formation dans le cadre du programme SLOCT à des fournisseurs sélectionnés. Il offre une formation complète à nos fournisseurs sur les émissions de gaz à effet de serre (GES), couvrant les émissions des Scopes 1, 2 et 3 ainsi que le processus de définition d'objectifs fondés sur des données scientifiques.

## Progrès réalisés grâce à des projets

Plus de 36 M\$ investis dans des projets de réduction des émissions de carbone réalisées au cours de la période.<sup>3</sup>

344 de projets de réduction des émissions de carbone réalisées au cours de la période.<sup>4</sup>

43 % des fournisseurs de niveau 1 (en fonction des dépenses) ayant défini des objectifs fondés sur des données scientifiques.<sup>2</sup>



## Un projet d'énergie solaire de grande envergure pour un avenir brillant

Au nouveau centre de distribution de Loblaw à East Gwillimbury, un site d'une superficie de 1,2 millions de pieds carrés desservant plus de 1 400 magasins, le développement durable a été intégré à la conception dès le départ. Une fois achevé en 2026, le centre sera équipé de notre plus grande installation solaire sur toiture, couvrant plus environ 435 000 de pieds carrés, et devrait produire plus de 8,5 millions de kWh d'électricité propre sur place chaque année, soit environ un quart des besoins en électricité du site. Cette installation, qui s'inscrit dans le cadre d'un partenariat de longue date avec le développeur solaire canadien Great Circle Solar, vient s'ajouter à d'autres équipements à faible émission de carbone, tels que des chariots de manutention entièrement électriques et des systèmes avancés de gestion de l'énergie. Ce projet reflète les efforts continus de Loblaw pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre et progresser vers ses objectifs de zéro émission nette.



## Catastrophes naturelles et intervention humanitaire

Lorsqu'une catastrophe survient, nous savons qu'appartenir à une communauté implique la responsabilité de se mobiliser et de se soutenir les uns les autres.

Chez Loblaw, soutenir les communautés, c'est être aux côtés des Canadiens lorsque cela compte le plus. Notre partenariat avec la Croix-Rouge canadienne témoigne de notre engagement commun à agir rapidement et de manière responsable en cas de catastrophe.

En 2025, d'importantes inondations dans les provinces de l'Atlantique et des feux de forêt dans les provinces de l'Ouest ont contraint des familles à se déplacer et ont perturbé leur vie quotidienne. Nos magasins et centres de distribution ont réagi rapidement en faisant don de produits essentiels tels que de la nourriture, de l'eau, des articles de toilette et des vêtements aux communautés touchées par les catastrophes naturelles, contribuant ainsi à ce que les populations aient accès à des fournitures essentielles immédiatement après ces événements.

Lorsque les entreprises, les organisations humanitaires et les équipes locales travaillent conjointement, la reprise s'accélère et la résilience s'en trouve renforcée. Grâce à ce partenariat, nous aidons les Canadiens à se relever en période de crise et à aller de l'avant avec confiance.

C'est ainsi que nous aidons les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement, pendant les moments de crise et dans les jours qui suivent.

[Voyez comment nous répondons à l'appel](#)



# Fondation pour les enfants le Choix du Président

Lorsque les enfants ne mangent pas à leur faim, il leur est difficile de se concentrer sur quoi que ce soit d'autre, ce qui peut nuire à leur capacité d'apprendre, de grandir et de s'épanouir. Aujourd'hui, plus de 2,5 millions d'enfants canadiens sont en situation d'insécurité alimentaire.<sup>5</sup>

Depuis 36 ans, la Fondation pour les enfants le Choix du Président se consacre à aider les enfants. Depuis 2018, la Fondation s'efforce d'aider les jeunes élèves de tout le pays pour qu'ils puissent se consacrer à éliminer la faim comme obstacle à l'apprentissage à l'école grâce à Enfants FORTSmidables<sup>MC</sup> | Bien manger, le plus important programme caritatif alimentaire en milieu scolaire au Canada.



**23,7 M\$**  
ont été recueillis en 2025 grâce aux dons d'entreprise de Loblaw et aux collectes de fonds<sup>6</sup> au profit de la Fondation pour les enfants le Choix du Président, afin de soutenir et lutter contre la faim chez les enfants et d'améliorer les compétences alimentaires.

Pour plus d'informations, veuillez consulter le [Rapport de divulgation sur les priorités ESG](#)



Pour en savoir plus, consultez le [Rapport d'impact de la Fondation Pharmaprix<sup>MC</sup> pour la santé des femmes.](#)

# Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup>

À la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup>, nous croyons au pouvoir de l'entraide pour transformer la santé des femmes. Nous sommes fiers de travailler en étroite collaboration avec un réseau de partenaires pour aborder les disparités en matière de santé auxquelles font face les femmes au Canada. En soutenant la recherche essentielle sur la santé des femmes, en améliorant l'accès aux soins et au soutien en matière de santé mentale, et en répondant aux besoins urgents en matière de santé des femmes touchées par la pauvreté et la violence fondée sur le genre, la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup> change la donne.

Tout au long de 2025, nos efforts visaient à mettre la santé des femmes à l'avant-plan, à soutenir les communautés locales grâce à des campagnes comme la Course pour les femmes de Pharmaprix<sup>MD</sup> et Abriter l'espoir, et à maximiser notre impact dans des domaines prioritaires essentiels incluant l'équité menstruelle, la recherche sur la santé des femmes ainsi que l'éducation et la sensibilisation à la ménopause. Tout ce travail s'inscrit dans le but de rendre visible la santé des femmes, créant ainsi un avenir plus sain pour les femmes et nos communautés.



**18,7 M\$**

ont été recueillis au profit de la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup> grâce aux dons d'entreprise et aux collectes de fonds de Loblaw.<sup>7</sup>



**360** organismes partenaires soutenus.



Plus de **500 000** femmes aidées.



Versé **50 M\$**

au profit d'initiatives en faveur de la santé des femmes depuis 2022.



Course pour les femmes de Pharmaprix :

Plus de **3,5 M\$** recueillis au profit de programmes locaux axés sur la santé mentale des femmes.



# Nourrir plus de familles<sup>MC</sup>

Près de la moitié de tous les aliments au Canada sont gaspillés, mais 41,7 % d'entre eux peuvent être récupérés et utilisés pour soutenir les communautés.<sup>9</sup> En même temps, l'insécurité alimentaire demeure un défi important et croissant partout au pays. Pour répondre à ces deux enjeux, une action coordonnée à tous les niveaux du système alimentaire est nécessaire.

Depuis son lancement en 2022, Nourrir plus de familles<sup>MC</sup> est devenu l'un des moyens les plus efficaces dont nous disposons pour soutenir les membres de nos communautés qui font face à l'insécurité alimentaire. Ce qui a commencé comme un engagement ciblé s'est transformé en un mouvement national dans l'ensemble de notre réseau de magasins, de nos centres de distribution et de nos communautés.

À ce jour, le programme a fait don de l'équivalent de plus de 81,6 millions de kilogrammes de denrées<sup>10</sup> à des banques alimentaires locales et à des organismes communautaires partout au Canada. Grâce à notre collecte annuelle de denrées des Fêtes seulement, nos magasins et exploitants ont recueilli plus de 2,3 millions de dollars en 2025 pour soutenir les banques alimentaires locales<sup>11</sup>, les fonds restant dans les communautés où ils ont été recueillis.

Nourrir plus de familles<sup>MC</sup> ne se limite pas à de simples dons. Ce programme reflète le rôle que jouent nos magasins et nos centres de distribution en tant que piliers de confiance au sein de la communauté. Partout au pays, nous établissons de solides relations avec les banques alimentaires locales, les écoles et les organismes locaux afin d'assurer un soutien rapide et efficace là où il est nécessaire. Nos prix « Champions du programme Nourrir plus de familles<sup>MC</sup> » reconnaissent les magasins qui surpassent les attentes, qui font preuve de leadership, de partenariat et d'un engagement soutenu pour lutter contre l'insécurité alimentaire dans leurs quartiers.

En combinant la récupération des aliments excédentaires, la collecte de fonds, l'engagement bénévole et les partenariats locaux, Nourrir plus de familles<sup>MC</sup> renforce les systèmes alimentaires communautaires tout en réduisant le gaspillage alimentaire. Ainsi, les aliments sont redirigés vers les familles plutôt que vers les sites d'enfouissement et le soutien reste à proximité.



# Nourrir les communautés tout en réduisant le gaspillage alimentaire



Recueilli et versé en dons plus de **3,9 M\$** au profit de Banques alimentaires Canada et d'organismes de récupération alimentaire.<sup>11</sup>

Versé en dons plus de **20k tonnes métriques** de denrées à des banques alimentaires et à des organismes de récupération alimentaire, dont plus de 5 800 tonnes provenaient de nos centres de distribution.<sup>1</sup>

## Nos partenaires en matière de récupération alimentaire



Deuxième Récolte a décerné à Loblaw le prix du partenariat transformationnel, tandis que le centre de distribution de Regina a reçu le prix « Food Defender Award » pour sa contribution exceptionnelle.

# Réduire le gaspillage alimentaire

En réduisant le gaspillage alimentaire, nous pouvons nous assurer que les Canadiens ont accès à des aliments sains, minimiser notre impact environnemental, réduire nos coûts de service et renforcer nos relations avec les partenaires et les producteurs locaux, créant ainsi un système alimentaire plus prospère qui profite à nos clients, à nos communautés et à notre entreprise.

Alors que nous progressons vers notre objectif de cesser l'acheminement des matières résiduelles organiques vers les sites d'enfouissement d'ici 2030, nous poursuivons cet engagement par le biais de la prévention, la récupération, l'innovation et la collaboration.

## Zéro matière résiduelle acheminée vers les sites d'enfouissement d'ici 2030 :

En 2025, nous avons redirigé plus de 83 000 tonnes métriques de denrées provenant de nos magasins de détail détenus par la société, par le biais de dons, vers des banques alimentaires et des organismes de récupération alimentaire, ainsi que vers des processus de digestion anaérobie et aérobie, des traitements biochimiques et l'alimentation animale<sup>1</sup>. Ces initiatives permettent de réduire les déchets dans les sites d'enfouissement tout en s'assurant que les aliments sont utilisés à bon escient.

### Flashfood :

Flashfood est maintenant en service dans plus de 900 de nos magasins. En 2025, nous avons évité le gaspillage possible de plus de 9,5 millions de kilogrammes<sup>12</sup> de déchets alimentaires tout en aidant les Canadiens à économiser des millions de dollars sur leurs factures d'épicerie.

**Flashfood**



### Loop :

Nous poursuivons notre partenariat avec Loop Resource Ltd. afin d'envoyer les aliments qui ne sont plus propres à la consommation humaine aux exploitations agricoles, qui s'en servent pour nourrir les animaux. En 2025, plus de 20 000 tonnes métriques d'aliments ont été fournies pour nourrir les animaux provenant de nos magasins d'alimentation.

**Loop**



### ZooShare :

En 2025, nous avons poursuivi notre partenariat avec la coopérative ZooShare Biogas LP., qui combine l'huile de cuisson usée et les aliments qui ne sont plus propres à la consommation humaine avec du fumier animal provenant du zoo de Toronto pour produire du biogaz qui génère de l'électricité renouvelable acheminée directement dans le réseau électrique de l'Ontario. Grâce à ce programme, nos magasins ont permis d'éviter l'élimination de plus de 600 tonnes métriques de matières résiduelles.



### Projet pilote Too Good to Go :

Nous continuons de développer notre partenariat avec Too Good to Go, une appli tierce qui permet aux utilisateurs d'acheter des paniers surprise de surplus d'aliments à prix réduit.

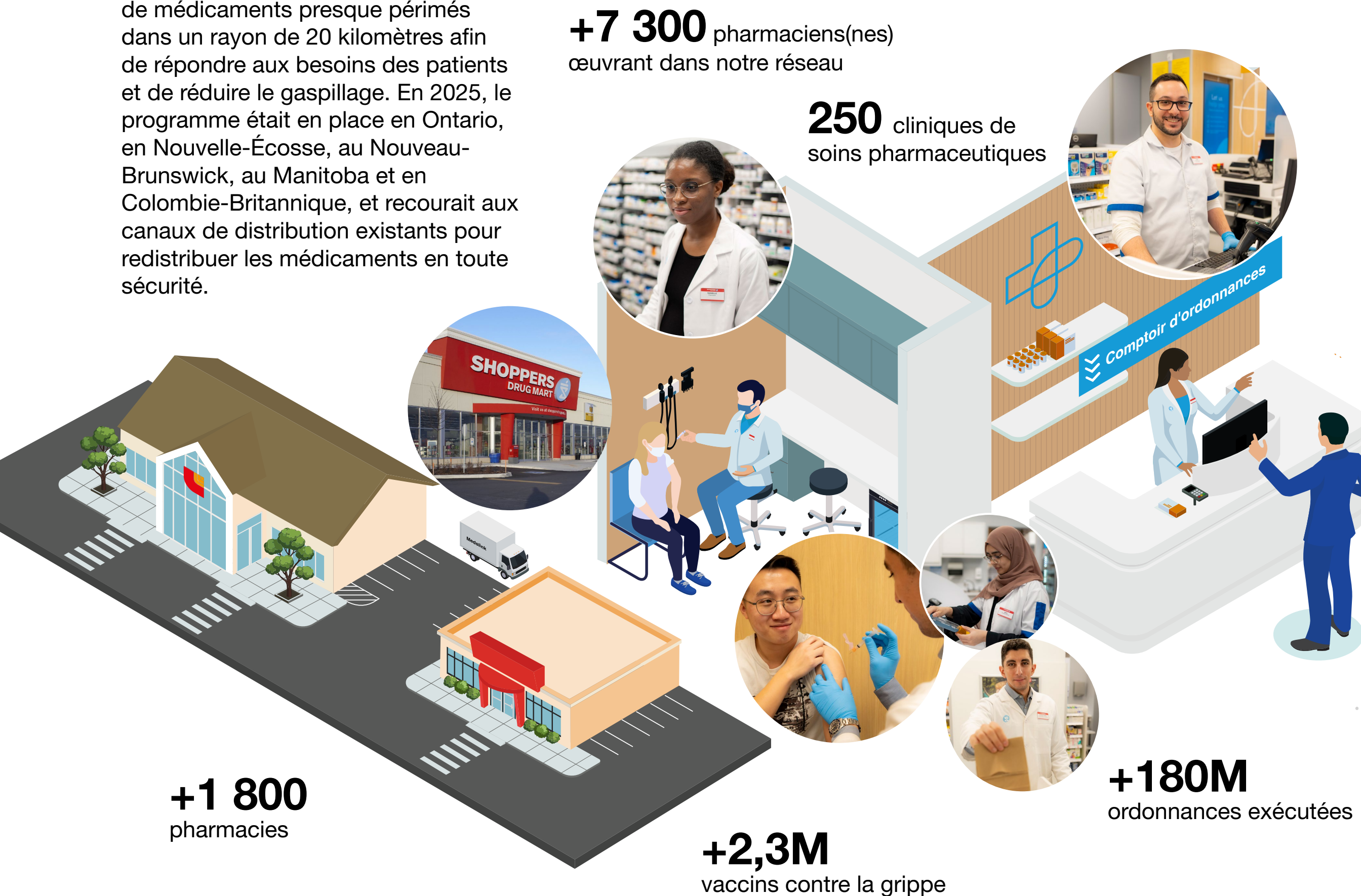


### Votre complice pour réduire le gaspillage alimentaire

Les Canadiens cherchent toujours à faire de bonnes affaires lors de leurs courses. Grâce à notre partenariat avec Flashfood, les clients peuvent profiter d'aubaines exceptionnelles sur des essentiels courants bientôt périmés, qu'il s'agisse de fruits et légumes frais, de produits laitiers, de viandes de qualité ou de produits de base. Disponible dans plus de 900 magasins de Loblaw à travers le pays, l'appli permet aux clients d'acheter des produits alimentaires à prix réduit (jusqu'à 50 % de rabais) et de les ramasser directement en magasin. En 2025, ce partenariat a permis d'éviter que plus de 9,5 millions de kilogrammes de denrées ne soient acheminées vers les sites d'enfouissement et a fait économiser plus de 58 millions de dollars aux clients sur leur épicerie<sup>12</sup>. Depuis son lancement en 2019, le partenariat entre Loblaw<sup>MD</sup> et Flashfood a permis d'éviter que plus de 47,6 millions de kilogrammes<sup>12</sup> de matières résiduelles organiques potentielles ne se retrouvent dans les sites d'enfouissement, soutenant ainsi notre objectif de cesser l'acheminement de matières résiduelles organiques vers les sites d'enfouissement d'ici 2030.

# Construire plus qu'un magasin. Offrir des soins de confiance.

Medslink est un système centralisé qui facilite les transferts entre pharmacies de médicaments presque périmés dans un rayon de 20 kilomètres afin de répondre aux besoins des patients et de réduire le gaspillage. En 2025, le programme était en place en Ontario, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, au Manitoba et en Colombie-Britannique, et recourait aux canaux de distribution existants pour redistribuer les médicaments en toute sécurité.



# Confidentialité et cybersécurité

Alors que la technologie et les données jouent un rôle de plus en plus important dans la façon dont les Canadiens font leurs achats et accèdent aux soins, la confiance reste essentielle. Notre programme de fidélisation PC Optimum, auquel font confiance plus de 18 millions de membres, nous aide à mieux comprendre les besoins de nos clients et à y répondre. Parallèlement, notre appli PC Santé offre un moyen rapide et sécurisé de contacter un professionnel de la santé lorsque le besoin s'en fait le plus sentir.

Chez Loblaw, nous savons que chaque interaction avec nos programmes et nos plateformes repose sur la certitude que les renseignements personnels sont traités de manière responsable et protégés avec soin. Nous travaillons chaque jour pour mériter cette confiance en utilisant les données de manière réfléchie et en protégeant les renseignements de nos clients, de nos patients et de nos collègues. Pour ce faire, nous investissons dans des pratiques rigoureuses en matière de cybersécurité, allant de la surveillance continue et des tests de systèmes à la formation des collègues et à la gestion sécurisée des données. À mesure que les risques évoluent, nos systèmes et nos processus évoluent également, contribuant ainsi à protéger les programmes et les plateformes que des millions de Canadiens utilisent chaque jour.



## La passion de Christina pour l'amélioration des soins aux patients

Pour Christina Ma, directrice des services pharmaceutiques, la pharmacie ne se limite pas à délivrer des ordonnances. Il s'agit d'aider les gens à se sentir accompagnés dans la gestion de leur santé. Après avoir travaillé pendant des années en contact direct avec les patients dans des pharmacies communautaires, elle s'est jointe à Shoppers Drug Mart<sup>MD</sup>/Pharmaprix<sup>MD</sup> afin de contribuer à l'expansion de programmes permettant aux pharmaciens et pharmaciennes de jouer un rôle plus important dans les soins aux patients. Son travail se concentre sur les services destinés aux personnes ayant des maladies chroniques. En développant des outils qui permettent aux pharmaciens et pharmaciennes de passer plus de temps avec les patients, Christina contribue à renforcer les soins préventifs de proximité. Son travail reflète le rôle croissant que jouent les équipes de pharmacie dans les communautés, en offrant des conseils et un soutien fiables lorsque les Canadiens en ont le plus besoin.



## Créer des magasins sécuritaires et inclusifs pour tous

Chez Loblaw, veiller à ce que les Canadiens se sentent en sécurité, soutenus et appréciés dans nos magasins s'inscrit dans le prolongement de notre raison d'être qui consiste à aider les gens à Vivre bien, vivre pleinement. Au sein des communautés et dans nos interactions quotidiennes, nous collaborons avec des organisations et mettons en place des initiatives qui font en sorte que nos magasins ne soient pas seulement des lieux de magasinage, mais aussi des espaces sécuritaires où chacun a un sentiment d'appartenance.


Le programme **Demandez Angela** en est un exemple marquant. Adapté d'un programme mondial couronné de succès, cette initiative permet aux équipes des magasins de réagir avec compassion et discrétion lorsqu'une personne se sent en danger ou vulnérable pendant qu'elle magasine. Si un client a besoin d'aide, il peut simplement s'adresser à un membre de l'équipe et demander « Angela », un signal codé qui invite le personnel à se rendre dans un endroit privé et sécurisé et à le mettre en relation avec les services d'aide appropriés, notamment les services d'intervention en cas de crise ou d'assistance d'urgence. Cette collaboration avec Services aux victimes Toronto et d'autres organisations de soutien pour les victimes de violence fondée sur le genre reflète un engagement commun envers le bien-être et la sécurité de la communauté.

Nous mettons également l'accent sur l'inclusion à travers nos interactions quotidiennes. Notre **programme d'épinglettes** aide les clients à se sentir comme chez eux en leur permettant de savoir quelles langues les collègues parlent dans les magasins partout au pays. Grâce à des épinglettes représentant plus de 150 langues, les clients peuvent communiquer qui leur est familière et qui leur met à l'aise, ce qui permet de réduire les barrières et de créer des liens.

Ensemble, ces programmes montrent comment les partenariats, l'empathie et les actions quotidiennes rendent nos magasins plus sécuritaires, plus accueillants et plus inclusifs.



# Comment nous favorisons une croissance responsable avec des partenaires pour soutenir les Canadiens



## Croissance responsable dans les secteurs de l'alimentation, de la santé et des produits de première nécessité

Pour créer un meilleur système alimentaire et de soins de santé au Canada, nous ne pouvons pas agir seuls. Il faut établir des partenariats tout au long de la chaîne de valeur, des agriculteurs et fournisseurs aux organisations sectorielles et aux groupes communautaires. Chez Loblaw, nous sommes convaincus que la prospérité à long terme repose sur la collaboration. Cette conviction se traduit de trois façons importantes.

Quel que soit notre marque, nous travaillons en étroite collaboration avec les fournisseurs, les agriculteurs et les organismes spécialisés afin de renforcer les normes en matière de bien-être des animaux, protéger la biodiversité et promouvoir des pratiques d'approvisionnement stratégique responsables. Grâce à l'harmonisation avec les cadres de travail reconnus et les normes de l'industrie, nous aidons à protéger les écosystèmes tout en renforçant la résilience de la chaîne d'approvisionnement, du développement des produits jusqu'au consommateur. Des initiatives telles que « Laver avec soin » de Joe Fresh permettent aux consommateurs de s'engager en faveur du développement durable au-delà des produits et de la chaîne d'approvisionnement, grâce à des actions de sensibilisation ciblées, des partenariats collaboratifs et une innovation constante. La protection de la nature ne peut être dissociée de la protection des ressources. Elle en est au contraire un élément essentiel.

La réduction du plastique et l'amélioration de la conception des emballages nécessitent une action concertée. En collaboration avec les fournisseurs et en participant à des initiatives comme les Règles d'or de la conception, nous mettons au point des solutions d'emballage plus recyclables et responsables pour l'ensemble de nos produits de marques contrôlées. Ce travail repose sur des normes partagées, l'innovation technique et l'engagement des fournisseurs. En travaillant ensemble, nous réduisons le gaspillage tout en maintenant la qualité des produits et l'abordabilité pour les Canadiens.

Un système alimentaire résilient repose avant tout sur des fournisseurs canadiens solides. Nous continuons à encourager les fournisseurs à s'engager en faveur d'objectifs de réduction des émissions fondés sur des données scientifiques et à investir dans des programmes qui favorisent la proximité entre les exploitations agricoles et les consommateurs. Des histoires comme « [De la ferme à la table](#) » et « [De la ferme au réfrigérateur](#) » illustrent comment la collaboration renforce les économies locales, raccourcit les chaînes d'approvisionnement et favorise la résilience à long terme.

# Approvisionnement stratégique responsable grâce au partenariat

Un système alimentaire et de santé solide est fondé sur la collaboration, des normes communes et des partenariats à long terme. Des agriculteurs et pêcheurs aux fabricants et aux organismes de certification, nous travaillons avec des partenaires qui partagent notre responsabilité de renforcer les chaînes d'approvisionnement du Canada tout en protégeant les systèmes naturels dont elles dépendent.

Une croissance responsable exige une compréhension claire des risques environnementaux et sociaux inhérents aux chaînes d'approvisionnement mondiales. En 2024, nous avons mené une évaluation complète des risques liés aux produits d'usage courant à haut risque au sein de notre portefeuille de marques contrôlées afin d'évaluer l'exposition au changement climatique, l'impact sur la biodiversité, l'utilisation de l'eau, la pollution par des pesticides, le travail forcé, la discrimination et la sécurité au travail. Dans le cadre d'une démarche proactive visant à renforcer notre engagement en faveur d'un approvisionnement stratégique éthique et durable, nous avons, en 2025, consolidé notre approche en créant un nouveau poste de vice-président chargé de la stratégie, de la collaboration avec les fournisseurs et de l'approvisionnement stratégique responsable. Ce poste clé de direction a pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre notre plan d'approvisionnement stratégique responsable.

La réduction des émissions de GES dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement passe également par la collaboration. Grâce à l'initiative #LutterContreLesGES, nous continuons à encourager nos fournisseurs à mesurer et à divulguer leurs émissions de GES, tout en mettant en œuvre des stratégies de réduction. La transparence des données et la responsabilité partagée sont essentielles pour réaliser des progrès significatifs en matière de climat.

## Gestion des risques liés aux principaux produits d'usage courant

Dix produits d'usage courant prioritaires évalués en 2024

Neuf catégories d'impact environnemental et social évaluées

Intégration des impacts sur les droits de la personne à la stratégie d'approvisionnement

# Approvisionnement stratégique responsable chez Loblaw



En 2025, nous disposons de la plus grande gamme de produits de marques contrôlées certifiés Fairtrade au Canada

**+100**  
produits de marques contrôlées certifiés MSC, ASC ou BAP



**78**  
produits de marques contrôlées certifiés Rainforest Alliance



**32**  
produits de marques contrôlées issus du commerce équitable



### Huile de palme

Nous restons déterminés à faire en sorte que tous les produits de marques contrôlées de Loblaw soient conformes à l'une des quatre méthodes de la chaîne d'approvisionnement définies par la Table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO) : « Identité préservée », « Séparée », « Bilan de masse » ou « Book and Claim ». Nous continuons à collaborer avec nos fournisseurs pour évaluer et mettre en œuvre des stratégies visant à assurer la conformité totale des produits de marques contrôlées de Loblaw aux normes de la RSPO.

## Bien-être des animaux

Chez Loblaw, nous reconnaissons l'importance du bien-être des animaux dans notre chaîne d'approvisionnement et croyons que les animaux doivent être traités avec humanité. De nos politiques sur les fibres animales et l'expérimentation sur les animaux à l'utilisation responsable des antibiotiques en passant par nos engagements à l'égard des animaux d'élevage destinés à la consommation, nous avons établi des normes élevées. Nous sommes engagés à respecter, à évaluer et à faire évoluer ces normes. Nous croyons qu'il faut adopter une approche scientifique lorsque nous prenons des engagements guidés par une raison d'être, afin de veiller à ce que nos actions soient soutenues par des preuves et des recherches.

Nos attentes valent pour tous nos fournisseurs. Par l'entremise de notre Code de conduite des fournisseurs, nous exigeons le respect des normes reconnues du gouvernement et de l'industrie sur le traitement humain des animaux pour la viande, la volaille, les œufs, les produits laitiers et d'autres produits d'origine animale. Nous nous engageons à nous améliorer continuellement et à nous approvisionner de façon responsable dans l'ensemble de notre chaîne de valeur. Pour en savoir plus, veuillez consulter nos [Principes de protection des animaux](#).



## Œufs de poules

Dans le cadre de cet engagement, nous avons accéléré notre plan de transition afin que, d'ici 2030, tous les œufs de poule en coquille de marques contrôlées proviennent de poules élevées dans des systèmes alternatifs aux « cages en batterie » standard, notamment dans des élevages en liberté<sup>13</sup>, en plein air<sup>14</sup>. Aujourd'hui, la totalité des œufs en coquille PC<sup>MD</sup> et des œufs PC<sup>MD</sup> Biologique provient de poules élevées en liberté et de poules élevées en plein-air, respectivement. En 2025, les œufs de poules élevées en liberté et en plein air représentaient environ 18 % du chiffre d'affaires total de la catégorie.

## Matériaux et produits de beauté responsables

Joe Fresh<sup>MD</sup> a interdit l'utilisation de fourrure, de mohair (chèvre angora) et d'angora (lapin angora) dans tous les produits de marque Joe Fresh<sup>MD</sup>.



La totalité des produits de la marque Quo Beauty<sup>MD</sup> sont certifiés végétaliens et non testés sur les animaux. People for the Ethical Treatment of Animals (« PETA ») a certifié qu'aucun de nos produits n'est fabriqué avec des sous-produits animaux.



### De la ferme au réfrigérateur : l'histoire de Miller's Dairy

À Creemore, en Ontario, des produits laitiers de qualité, ça commence avec la famille Miller. Depuis 1959, elle a bâti une marque prisée des Canadiens, passant d'une petite ferme à une entreprise locale réputée pour sa qualité, son agriculture éthique et son engagement à faire les choses de la bonne façon. Depuis plus de soixante ans, les Miller sont convaincus que des vaches en bonne santé, heureuses et bien traitées produisent le meilleur lait. Leur troupeau de vaches Jersey est élevé avec une attention particulière accordée aux soins quotidiens, à l'alimentation et à l'espace, ce qui témoigne d'un profond respect pour le bien-être animal. Le lait de la ferme est transformé et mis en bouteille sur place, dans des bouteilles en verre réutilisables qui aident à préserver la fraîcheur tout en réduisant les déchets. Grâce au partenariat entre Loblaw et Miller's Dairy, davantage de Canadiens peuvent profiter de produits laitiers qui reflètent ces mêmes valeurs d'attention, de qualité et d'agriculture responsable.



## Protéger la nature et renforcer la biodiversité

La perte de biodiversité et le stress hydrique sont des défis mondiaux de plus en plus importants qui ont une incidence directe sur la sécurité alimentaire, la productivité agricole et la santé des écosystèmes. En tant qu'entreprise œuvrant dans les communautés et servant les Canadiens d'un bout à l'autre du pays, nous reconnaissons que la protection de la nature est essentielle à la création d'un système alimentaire résilient et à notre réussite collective. Notre approche met l'accent sur le partenariat, l'approvisionnement responsable, l'investissement en conservation et les actions mesurables dans l'ensemble de nos activités et de notre chaîne de valeur.

### Nos principales initiatives comprennent notamment ce qui suit :

- En 2025, nous avons mis sur pied des efforts de restauration grâce à notre programme de plantes indigènes, en proposant plus de 61 espèces indigènes de l'Ontario dans 142 magasins.
- Nous participons à l'Alliance canadienne pour un secteur agroalimentaire carboneutre (CANZA) afin de contribuer à la création d'un marché de résultats environnementaux qui récompense les agriculteurs pour l'amélioration de la santé des sols, de la qualité de l'eau et de la biodiversité.
- Nous travaillons en partenariat avec Canards Illimités Canada, un chef de file national dans le domaine de la conservation des zones humides et de l'agriculture durable.
- Nous avons conclu un partenariat avec Alvéole, un programme apicole qui vise à promouvoir la biodiversité des pollinisateurs et à sensibiliser à l'environnement. Une ruche se trouve sur le site de nos bureaux situés au 1 President's Choice Circle, où nos collègues ont la possibilité de participer à des activités éducatives.
- Nous remplissons le questionnaire du Carbon Disclosure Project (CDP) et obtenons des notes dans les volets du climat, des forêts et de la sécurité de l'eau.

Grâce à la collaboration et à des mesures fondées sur la science, nous travaillons à protéger les systèmes naturels qui soutiennent les communautés canadiennes et les prochaines générations.



A Solution Space by  
**Generate Canada**

Profil de partenariat :

## Canards Illimités Canada

Aider les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement commence bien avant que les aliments n'arrivent sur nos tablettes. Tout commence sur le terrain.

Notre partenariat avec Canards Illimités Canada témoigne de notre conviction qu'un système alimentaire sain repose sur des écosystèmes sains. En soutenant des projets de conservation qui restaurent les habitats, améliorent la santé des sols et renforcent la biodiversité, nous aidons les agriculteurs à renforcer leur résilience face aux changements climatiques tout en protégeant les ressources naturelles qui soutiennent l'agriculture canadienne. Les agronomes de Canards Illimités Canada collaborent directement avec les producteurs afin de réhabiliter les terres agricoles marginales et d'adopter des pratiques qui améliorent la qualité de l'eau, valorisent l'habitat faunique et soutiennent la productivité à long terme.

Ce partenariat ne se limite pas à la conservation. Il vise à soutenir l'avenir de l'agriculture canadienne et des communautés qui en dépendent. Lorsque les sols sont plus sains et l'eau plus propre, les exploitations agricoles sont plus prospères. Lorsque les exploitations agricoles sont plus prospères, les familles et les communautés sont davantage en mesure de s'épanouir.

Ensemble, nous mettons en place un système alimentaire qui concilie productivité et gestion responsable, afin que les Canadiens puissent Vivre bien, vivre pleinement, aujourd'hui et pour les générations à venir.



# S'attaquer au plastique

Aucune entreprise ne peut à elle seule résoudre le problème des déchets plastiques. Cela nécessite une collaboration entre les fabricants, les fournisseurs, les entreprises de recyclage, les gouvernements et les coalitions de l'industrie. Au fur et à mesure de notre croissance, nous nous engageons à agir de manière responsable aux côtés de nos partenaires afin de mettre en place un système d'emballage plus circulaire au Canada.

- Coalitions de l'industrie et normes communes :**  
 Grâce à notre adhésion à la Coalition d'action sur les déchets plastiques du Consumer Goods Forum et en tant que partenaire fondateur du Pacte canadien sur les plastiques, nous collaborons avec nos pairs et les marques mondiales afin de promouvoir des normes de conception communes et d'accélérer l'adoption d'emballages recyclables et réutilisables dans l'ensemble de l'industrie.
- Renforcement de l'infrastructure de recyclage :**  
 Nous avons été l'un des membres fondateurs de [Circular Materials](#), une organisation nationale à but non lucratif dédiée à la responsabilité des producteurs, contribuant ainsi à mener la transition du Canada vers une responsabilité élargie des producteurs à part entière et à promouvoir des systèmes de recyclage plus efficaces ainsi qu'une plus grande responsabilisation dans toutes les provinces.
- Collaboration opérationnelle :**  
 En partenariat avec les fournisseurs et les partenaires de logistique, nous développons l'utilisation de caisses en plastique réutilisables, améliorons les programmes de recyclage des emballages de palettes dans nos centres de distribution et réduisons les plastiques inutiles dans toute notre chaîne d'approvisionnement.



# Le Pacte sur les plastiques et les Règles d'or de la conception

En tant que membre fondateur du Pacte canadien sur les plastiques, nous nous sommes engagés à respecter les Règles d'or de la conception<sup>15</sup> du Consumer Goods Forum qui font partie du champ d'application afin de contribuer à redéfinir la façon dont les emballages sont conçus, utilisés et récupérés. Ces règles incitent l'industrie à privilégier des matériaux plus simples, à améliorer la recyclabilité et à éliminer les plastiques inutiles. En 2025, nous avons atteint un taux de conformité<sup>15</sup> de 98 % pour des milliers de produits de marques contrôlées. Ces progrès sont le fruit de milliers de décisions de conception prises en collaboration avec les fournisseurs et les partenaires. Pour y parvenir, il a fallu repenser les formats d'emballage, éliminer les composants complexes et trouver un équilibre entre les améliorations environnementales, la sécurité alimentaire, l'abordabilité et la qualité des produits.

La réduction du plastique à cette échelle est complexe, car elle exige une coordination entre les fabricants, les fournisseurs de matériaux, les ingénieurs et les détaillants.

Ensemble, nous nous rapprochons d'un système circulaire où les emballages sont conçus pour rester au sein de l'économie plutôt que dans la nature. Il s'agit d'un partenariat concret, au cœur de notre croissance responsable.

S'attaquer aux déchets plastiques

Conformité <sup>15</sup> de <b>98%</b> atteinte en 2025	Prix PAC 2025 : <b>Meilleur de la catégorie,</b> circularité des emballages, le Choix du Président <sup>MD</sup> , sans nom <sup>MD</sup> , Délices du Marché <sup>MD</sup> , Life Brand <sup>MC</sup>	Membre fondateur du Pacte canadien sur les plastiques
---	---	---



A Solution Space by  
**Generate Canada**

# Favoriser l'innovation au Canada grâce au partenariat

Sur de nombreux marchés mondiaux, la taille des détaillants peut constituer un obstacle pour les petites marques. Chez Loblaw, nous avons délibérément inversé cette dynamique. Notre programme destiné aux petits fournisseurs n'a pas pour seul objectif d'offrir de l'espace sur les tablettes, mais aussi de créer des conditions permettant aux entrepreneurs canadiens de devenir des acteurs d'envergure nationale.

Le programme s'attaque à l'une des plus grandes pressions auxquelles font face les entreprises émergentes : les liquidités. Les fournisseurs participants bénéficient de modalités de paiement de sept jours, ce qui contribue à réduire leurs contraintes financières et leur permet de réinvestir dans leur croissance. Ils bénéficient d'un accès aux données sur le rendement et le chiffre d'affaires, ce qui leur donne un aperçu en temps réel du rendement de leurs produits et des occasions qui s'offrent à eux. Une équipe interne dédiée travaille en collaboration avec eux, guidant les fournisseurs dans les systèmes, les processus et les stratégies de croissance.

Cette approche est devenue un important facteur de différenciation concurrentielle. Elle reflète notre conviction que le soutien à l'innovation dans l'ensemble de nos activités au Canada renforce l'économie dans son ensemble. De nombreuses marques ont suivi ce programme avec succès, ce qui leur a permis d'accroître leur production, de développer de nouvelles capacités et d'étendre leur présence à travers le pays.

Lorsque les petites entreprises réussissent, les communautés prospèrent. En investissant dans le développement de fournisseurs, nous contribuons à bâtir un écosystème canadien de commerce au détail plus solide et plus résilient, où la taille devient un catalyseur pour les occasions plutôt qu'un obstacle à l'entrée sur le marché.

En savoir plus sur notre [Programme pour les petits fournisseurs](#).



Plus de **200** petits fournisseurs ont été admissibles à s'inscrire au programme et à en bénéficier en 2025<sup>16</sup>



Programme pour les  
petits fournisseurs de  
**Loblaw**



## Sur la route avec Danni : De bons aliments, de grands partenariats

Lorsque Danni Peirce a été nommée cheffe de l'approvisionnement stratégique, elle a tenu à rencontrer les personnes derrière les aliments que les Canadiens apprécient chaque jour. En parcourant le pays, elle a visité des fermes, des pêcheries et des petites entreprises qui approvisionnent les magasins de Loblaw. Chaque étape a révélé le dévouement et la fierté qui caractérisent les producteurs canadiens. Ces visites ont mis en lumière les partenariats qui permettent d'acheminer les produits frais des champs et des plans d'eau jusqu'aux rayons des magasins. Bon nombre de ces relations se sont développées au fil des décennies, fondées sur la confiance et des objectifs communs. Pour Danni, ce parcours a confirmé que la qualité des aliments repose sur des relations solides entre les agriculteurs, les producteurs et les détaillants qui permettent aux Canadiens de profiter de leurs produits.

# Notre personnel et la valeur que nous offrons aux Canadiens chaque jour

## La prospérité se trouve à moins de dix kilomètres

Qu'ils travaillent dans nos magasins ou qu'ils y fassent leurs achats, 90 % des Canadiens vivent à moins de 10 km d'une de nos épiceries ou pharmacies. Nous sommes fiers du rôle important que nous jouons au sein de chaque communauté.

Pour nos 220 000 collègues qui travaillent dans nos magasins, pharmacies, centres de distribution ou bureaux, elle se manifeste de plusieurs façons. Elle prend forme lorsque les nouveaux directeurs de magasin organisent des réunions quotidiennes tôt le matin et ont des entretiens discrets sur le mentorat. Elle se traduit lorsqu'une technicienne en pharmacie aide une personne à se familiariser avec un nouveau médicament, transformant un moment de confusion en un moment plus facile à gérer, et, ce faisant, instaure la confiance, fait preuve d'expertise et renforce la fierté à l'égard des soins qu'elle fournit. C'est aussi lorsqu'un gérant adjoint du rayon des fruits et légumes reçoit l'une de nos bourses d'études pour alléger un peu la pression des études à l'automne. Ou encore de nouveaux arrivants qui rédigent leur premier curriculum vitae canadien et qui obtiennent leur premier emploi. C'est la confiance qu'un changement aujourd'hui permet de bâtir un avenir plus solide.

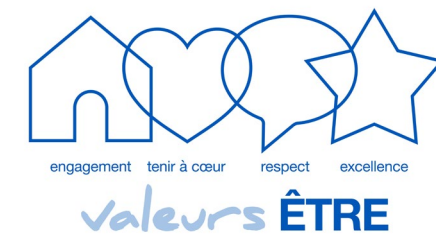
Mais elle se concrétise également lorsque les familles recherchent une réelle valeur en effectuant leurs achats dans nos magasins sans avoir à faire des compromis sur la qualité en choisissant les produits sans nom<sup>MD</sup>. C'est lorsqu'une mère occupée de quatre enfants utilise PC Express<sup>MC</sup> pour faire son épicerie, la ramasser en quelques minutes et passer plus de temps avec les gens qu'elle aime. Ou encore, pour un parent qui peut trouver une pharmacie ouverte tard le soir, au moment où ça compte.

Enfin, c'est le petit fournisseur qui, en voyant son produit sur nos tablettes, se rend compte que ce qui n'était au départ qu'une idée née autour d'une table de cuisine est devenu une entreprise solide et en pleine croissance.

# Culture et inclusion

La culture façonne qui nous sommes et comment nous nous comportons. Chez Loblaw, nous sommes fiers de la culture que nous continuons de bâtir. Guidés par nos valeurs ÊTRE (Engagement, Tenir à cœur, Respect et Excellence), celles-ci sont ancrées dans tout ce que nous faisons et prennent vie grâce à nos principes de culture, à savoir être authentique, bâtir la confiance et créer des liens significatifs. Ces principes reflètent les valeurs que les Canadiens ont à cœur.

Nous investissons dans notre culture et notre stratégie d'inclusion grâce à la formation m3, à des groupes de ressources pour les employés, au développement du leadership et à des programmes de formation continue pour les collègues, qui visent à renforcer leurs compétences et leur confiance. C'est lorsque nos magasins, nos pharmacies et nos cliniques sont à l'image des communautés qu'ils servent, et lorsque nos collègues ont le sentiment de pouvoir s'épanouir pleinement au travail, que nous donnons le meilleur de nous-mêmes. En effet, la culture et l'inclusion favorisent l'innovation, renforcent notre entreprise et contribuent à rendre nos communautés plus fortes.



# Gouvernance

Nos progrès en matière de culture et d'inclusion sont le résultat direct de leur intégration à notre stratégie d'affaires et de l'engagement inébranlable de l'équipe de direction. Notre Conseil de culture et d'inclusion, qui se compose de collègues dirigeants et de cadres issus de toute l'entreprise, se réunit chaque trimestre pour diriger et accélérer nos initiatives.

# Représentation

Les objectifs en matière de représentation de Loblaw sont motivés par la simple conviction qu'une main-d'œuvre diversifiée est une main-d'œuvre plus forte. Cette conviction façonne notre engagement à constituer des équipes qui sont le reflet des communautés canadiennes que nous servons. La représentation n'est pas une pensée abstraite. Elle nous rend plus innovants, nous aide à prendre de meilleures décisions et nous permet de mettre en pratique les valeurs que les Canadiens attendent de nous.

Il y a cinq ans, nous avons entrepris de mieux refléter la diversité de notre personnel et de notre clientèle au sein de nos équipes de direction. Depuis, les femmes occupent maintenant 41 % des postes de direction<sup>17</sup> et 46 % des postes de gestion<sup>18</sup>. La représentation des groupes racisés<sup>19</sup> a atteint 28 % au niveau de la direction<sup>17</sup> et 29 % au niveau de la gestion<sup>18</sup>.

Ce qui compte, c'est le progrès. Tout comme le travail qui nous attend. Nous continuons de nous concentrer sur l'élimination des obstacles et l'accélération de la représentation aux plus hauts niveaux.

Pour en savoir plus, veuillez consulter notre [Rapport de divulgation sur les priorités ESG 2025](#).

# Groupes de ressources pour les employés

La stratégie de Loblaw en matière de culture et d'inclusion est mise en oeuvre par l'intermédiaire de quatre groupes de ressources pour les employés qui oeuvrent en faveur de l'équité : Capables à Loblaw, Célébrez vos racines à Loblaw, La Fierté à Loblaw et Voyez grand Femmes à Loblaw. Grâce à un financement dédié et au soutien de la direction, ces groupes favorisent le sentiment d'appartenance et l'alliance inclusive, renforcent la représentation et sont le moteur de changements concrets au sein de l'organisation. Les priorités en matière de culture et d'inclusion sont davantage ancrées par l'entremise de comités de division qui intègrent ces engagements aux activités courantes.



## Antiracisme et célébration de la diversité culturelle : Célébrez vos racines à Loblaw

Célébrez vos racines à Loblaw est le groupe de ressources à l'intention des collègues Autochtones et issus de communautés multiculturelles. Il célèbre les nombreuses origines culturelles au sein de notre entreprise et met en avant l'importance du multiculturalisme à tous les niveaux de notre organisation.

En 2025, la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes a annoncé avoir conclu un accord de don de 10 millions de dollars avec le gouvernement du Manitoba afin de financer des programmes essentiels qui bénéficieront directement aux enfants et aux familles des femmes, des filles et des personnes bispirituelles autochtones disparues ou assassinées.

Nous avons appuyé les partenaires communautaires par des contributions au concours Élévation (Rise Up) de la Black Business and Professional Association (BBPA), au Conseil canadien pour l'entreprise autochtone, notamment le soutien au Prix des femmes autochtones en leadership et à Ascend Canada pour sa conférence annuelle.

Célébrez vos  
**RACINES**  
à Loblaw



## Promouvoir l'intégration des personnes ayant un handicap : Capables à Loblaw

CAPABLES à Loblaw agit à la fois comme porte-parole et centre de soutien en matière de neurodiversité, d'inclusion dans le domaine de la santé mentale et d'aide aux collègues en situation de handicap, contribuant ainsi à promouvoir des pratiques inclusives en matière de recrutement et en milieu de travail.

En 2025, nous avons élaboré un nouveau plan pluriannuel sur l'accessibilité qui définit notre stratégie visant à identifier, éliminer et prévenir les obstacles à l'accessibilité.

En 2025, nous avons poursuivi le déploiement de notre [programme de boucle auditive](#) à travers le pays.

**CAPABLES**  
à Loblaw



Voyez grand  
**FEMMES**  
à Loblaw

### Équité des genres et avancement des femmes : Voyez grand Femmes à Loblaw

Voyez grand Femmes à Loblaw vise à donner les moyens aux femmes de tous horizons de réaliser tout leur potentiel et d'évoluer professionnellement chez Loblaw. Notre approche est axée sur des pratiques équitables, le développement des gestionnaires et le renforcement des réseaux de talents.



**LA FIERTÉ**  
à Loblaw

### Espaces inclusifs 2ELGBTQIA+ : La Fierté à Loblaw

La FIERTÉ à Loblaw se consacre à créer un environnement positif où tous les collègues, quels que soient leur genre et leur orientation sexuelle, se sentent accueillis et soutenus pour pouvoir s'exprimer pleinement.

En 2025, nous avons participé à des défilés de la Fierté partout au Canada, notamment à Winnipeg, Toronto, Halifax, Montréal et Calgary.



### Ouvrir des portes : Le parcours de Jordan chez Joe Fresh

Le parcours de Jordan O'Neal chez Joe Fresh illustre comment des milieux de travail inclusifs peuvent favoriser l'épanouissement du potentiel de chacun. Malgré son handicap, Jordan a intégré le monde du travail grâce à un environnement favorable qui mettait l'accent sur ses capacités plutôt que sur ses limites. Grâce au partenariat entre Loblaw et Holland Bloorview, il a pu très tôt découvrir un travail valorisant, tout en bénéficiant d'aménagements adaptés et d'un soutien concret. Après avoir fait ses débuts dans un magasin, Jordan a acquis la confiance et les compétences qui lui ont ouvert la voie vers des responsabilités plus importantes au sein de l'équipe de Joe Fresh. Son expérience montre à quel point l'inclusion, le partenariat et une culture d'appartenance peuvent aider les collègues à s'épanouir, à apporter leur contribution et à réussir.

# Nos collègues

## Code de conduite des collègues

Nos clients, nos fournisseurs et nos partenaires s'attendent à des normes élevées de la part de notre organisation. Nous demandons à nos collègues de faire preuve en tout temps d'intégrité, de professionnalisme et de responsabilité afin de répondre à ces attentes. Notre Code de conduite des collègues jette les bases d'une collaboration respectueuse, transparente et équitable, et reflète nos valeurs ÊTRE : Engagement, Tenir à cœur, Respect et Excellence. Tous les collègues doivent respecter l'esprit et la lettre du Code de conduite.

## Perfectionnement professionnel et développement de carrière

Chez Loblaw, nos gens sont au cœur de notre réussite. Nous nous engageons à instaurer une culture d'apprentissage continu qui favorise à la fois l'épanouissement individuel et la performance organisationnelle. En 2025, nos collègues ont suivi plus de deux millions de formations, ce qui témoigne d'un engagement fort en faveur du développement à tous les niveaux de l'organisation.

Nous continuons à renforcer notre écosystème d'apprentissage en développant des outils de coaching numériques et basés sur l'intelligence artificielle, et en améliorant l'accès à des parcours de développement du leadership cohérents.

Nos programmes de développement, d'une durée de trois à douze mois, allient expérience pratique, coaching et apprentissage structuré afin de renforcer les compétences à toutes les étapes de la carrière. Grâce à l'Académie, notre plateforme d'apprentissage intégrée, les collègues ont accès à plus de 29 500 cours destinés à soutenir leurs performances actuelles et leur développement professionnel futur.

Avec des opportunités dans les secteurs de l'alimentation, de la santé, des technologies et de la finance, nous accompagnons l'évolution de carrière grâce à des plans de développement, des conseils en matière de leadership et des conversations régulières sur la performance.



## Culture, reconnaissance et soutien

En 2025, nous avons poursuivi notre célébration annuelle « Merci à vous » sous la forme d'une Semaine de la culture et de l'inclusion, axée sur la reconnaissance, l'appréciation et le sentiment d'appartenance. Cette semaine a permis de rassembler nos collègues grâce à des occasions de réseautage et des moments de reconnaissance qui ont mis à l'honneur tant les contributions individuelles que notre réussite commune. Dans les magasins, les centres de distribution et les bureaux de soutien aux magasins, les équipes ont organisé leurs propres événements, reflétant la créativité et la fierté qui façonnent notre culture au quotidien.

Nous continuons également à nous investir auprès de nos collègues en dehors du milieu de travail :



- **Programme de bourses d'études de Loblaw :** Depuis 2011, nous avons soutenu les collègues qui poursuivaient des études postsecondaires. En 2025, 150 lauréats ont reçu 2 000 \$ chacun en reconnaissance de leur réussite scolaire, de leur leadership et de leur engagement communautaire.
- **Programme de dons aux collègues bénévoles de Loblaw :** Les collègues peuvent bénéficier d'une compensation financière pour le temps qu'ils consacrent au bénévolat, avec une contribution équivalente pouvant aller jusqu'à 500 \$ pour 40 heures de service.
- **Programme Mes Avantages sociaux :** Notre régime d'avantages sociaux national et flexible permet à nos collègues d'adapter la couverture à leurs besoins, notamment en matière de soutien en santé mentale, de soins liés à l'affirmation de genre et de soutien pour des traitements de fertilité pour eux-mêmes et les personnes à charge.

Ensemble, ces programmes reflètent notre conviction que lorsque nos employés se sentent soutenus, ils sont mieux en mesure de s'épanouir, d'apporter leur contribution et de prospérer.



### L'ascension non conventionnelle de Briar

Le parcours professionnel de Briar Doble, VP, Stratégie et analytique au sein de la division Escompte de Loblaw témoigne du fait que la progression ne suit pas toujours un chemin tout tracé. Après avoir pris part au programme des finissants de l'entreprise, elle a commencé à travailler en magasin avant d'évoluer vers des postes de merchandising dans plusieurs catégories. Plutôt que de se concentrer uniquement sur les promotions, Briar a saisi les occasions d'explorer différents aspects de l'entreprise. Elle a travaillé dans différents secteurs, notamment les aliments en conserves, la viande, les produits de la mer et le merchandising numérique auprès de PC Express<sup>MC</sup>. Chaque expérience lui a permis d'élargir sa perspective et de renforcer ses compétences en leadership. Aujourd'hui, elle supervise plusieurs catégories de produits, mettant à profit les apprentissages tirés de chaque étape de son parcours et démontrant comment la curiosité et la capacité d'adaptation peuvent façonner des carrières enrichissantes.

## M3 - Meilleur moi, meilleur nous, meilleur Loblaw

La culture bleue de Loblaw est le fondement de notre façon de travailler et de la façon dont nous réalisons notre raison d'être qui est d'aider les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement. Elle est fondée sur nos valeurs ÊTRE (Engagement, Tenir à cœur, Respect et Excellence) qui guident notre prise de décision, façonnent nos comportements et établissent les normes selon lesquelles nous servons nos clients et nos communautés. À ces valeurs s'ajoutent nos principes de culture, à savoir créer des liens, bâtir la confiance et être authentique. Ensemble, ils constituent le cadre culturel qui définit qui nous sommes et comment nous dirigeons.

Nous donnons vie à cette culture grâce à nos ateliers de formation M3 (Meilleur moi, meilleur nous, meilleur Loblaw) mis à jour. M3 renforce le fait que la culture est une responsabilité partagée et que chaque collègue joue un rôle pour faire progresser l'inclusion et le sentiment d'appartenance. Grâce à un apprentissage et à un engagement continus, nous dotons nos collègues de compétences et de la confiance nécessaires pour contribuer à créer un environnement où chacun se sent valorisé et respecté.



Le sondage **Dire les choses comme elles sont** offre à nos collègues une plateforme confidentielle leur permettant de partager leurs commentaires et leurs suggestions, afin de s'assurer qu'ils disposent des ressources nécessaires pour donner le meilleur d'eux-mêmes. Les taux d'engagement nous aident à évaluer dans quelle mesure nous incarnons notre culture bleue et nos valeurs ÊTRE, à mesurer l'impact de nos programmes d'inclusion, ainsi qu'à évaluer la fierté, le sens du devoir et la satisfaction globale de nos employés, ce qui nous permet de prendre les mesures nécessaires pour nous améliorer continuellement.

**77 %**

Taux d'engagement du secteur de l'alimentation au détail<sup>21</sup>

**83 %**

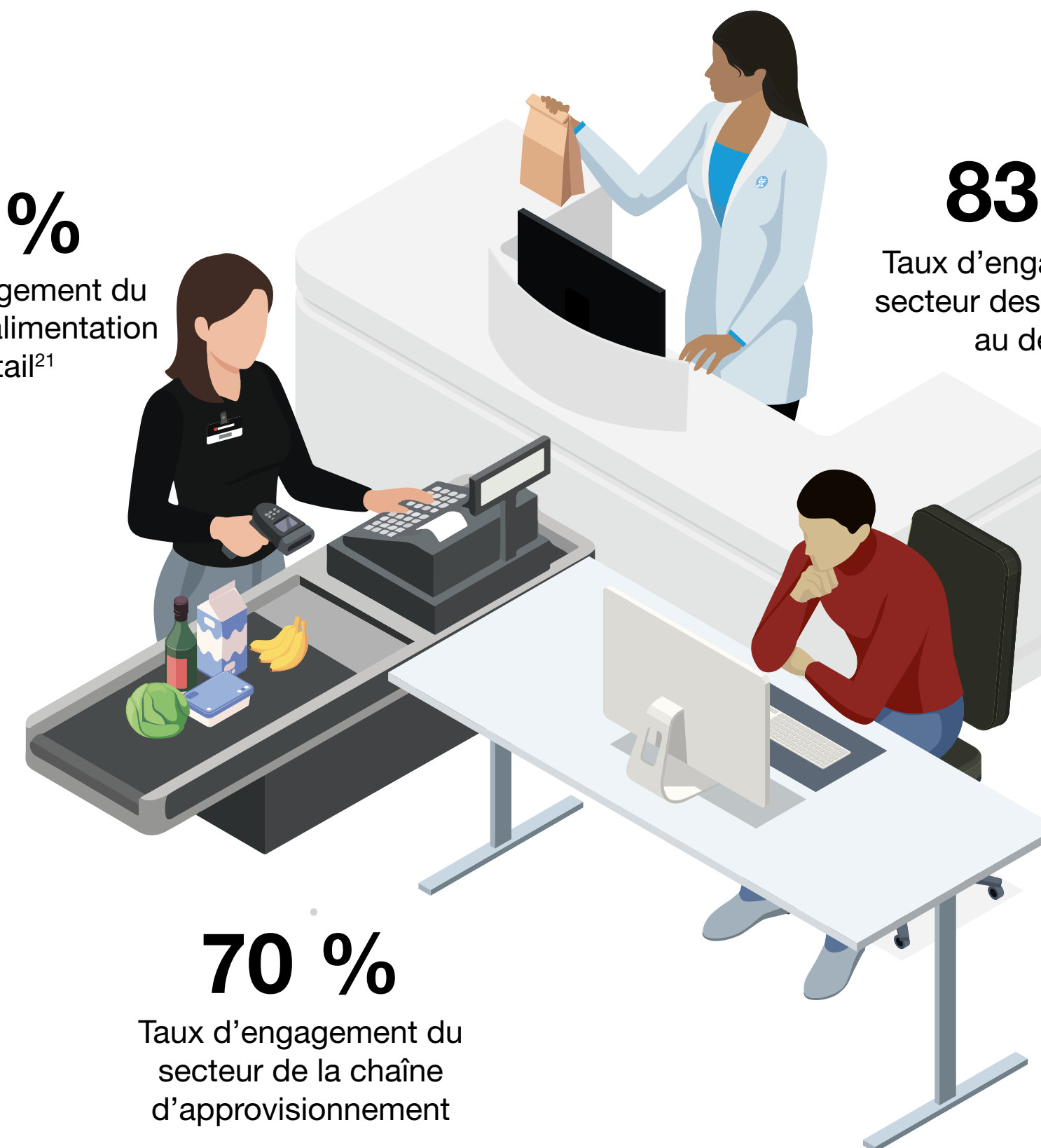
Taux d'engagement du secteur des pharmacies au détail<sup>22</sup>

**78 %**

Taux d'engagement global au sein de l'entreprise<sup>20</sup>

**70 %**

Taux d'engagement du secteur de la chaîne d'approvisionnement



# La valeur que nous offrons aux Canadiens d'un océan à l'autre

Chez Loblaw, aider les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement, commence par offrir une valeur réelle. C'est-à-dire des prix abordables, une qualité qui inspire confiance, un choix varié et une expérience fiable chaque fois que les familles font leurs achats dans nos magasins ou nos pharmacies. En favorisant l'abordabilité et en traitant chacun avec dignité et respect, nous instaurons un climat de confiance avec nos clients, ce qui constitue le fondement d'une prospérité partagée.

sans nom<sup>MD</sup> offre une valeur fiable à nos clients au quotidien

sans nom<sup>MD</sup>



Naturellement imparfaits<sup>TM</sup>



**+1 400**  
produits sans nom<sup>MD</sup>



**+950** sans nom<sup>MD</sup> Simple et vérifié<sup>MC</sup>



**+50** produits sans nom<sup>MD</sup> Naturellement imparfaits<sup>TM</sup>



Nous avons créé de nouvelles façons pour les clients d'économiser grâce à notre programme Accumulez et économisez, récompensant les achats quotidiens par des timbres qui peuvent être échangés contre des batteries de cuisine, de la verrerie et des plats allant au four avec des rabais de 60 à 80 %.

En 2025, les clients ont échangé plus de **4M** unités dans le cadre du programme Accumulez et économisez.

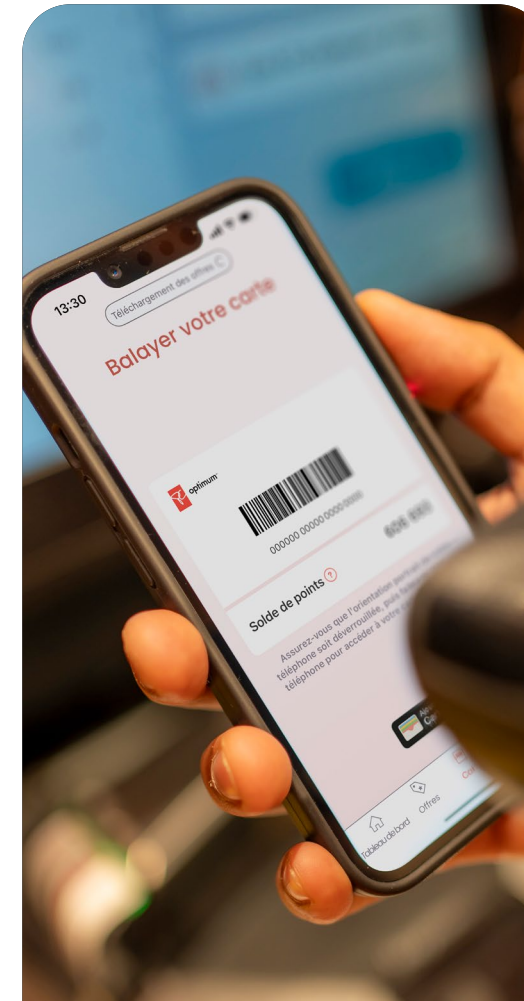


Chaque mois, la campagne Prix fous du mois propose des produits très prisés par nos clients à des prix imbattables, offrant ainsi plus de valeur à nos clients dans l'ensemble de nos bannières et divisions.



## La marque le Choix du Président<sup>MD</sup> et Ici, tout est possible<sup>MD</sup>

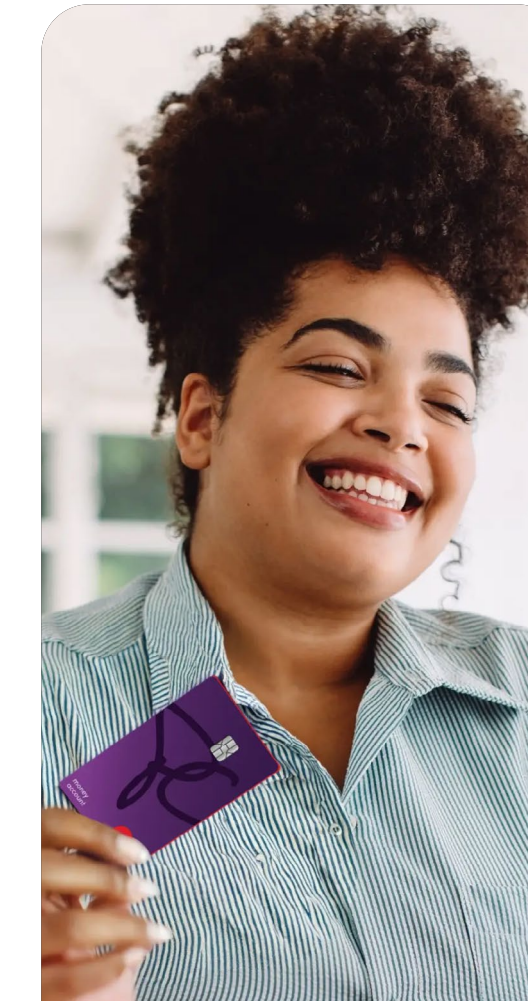
La marque le Choix du Président<sup>MD</sup> fait partie intégrante du quotidien des Canadiens, que ce soit à travers les repas que nous partageons à table, les choix que nous faisons en matière de santé et de bien-être, la commodité de PC Express<sup>MC</sup>, la possibilité de mieux gérer son budget grâce à PC Finance<sup>MD</sup>, ou encore les récompenses de PC Optimum<sup>MC</sup>. Ensemble, ces produits et services apportent chaque jour une réelle valeur aux Canadiens. Il s'agit là d'un rappel percutant de ce que représente PC<sup>MD</sup> : découvrir de nouvelles possibilités et aider les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement.



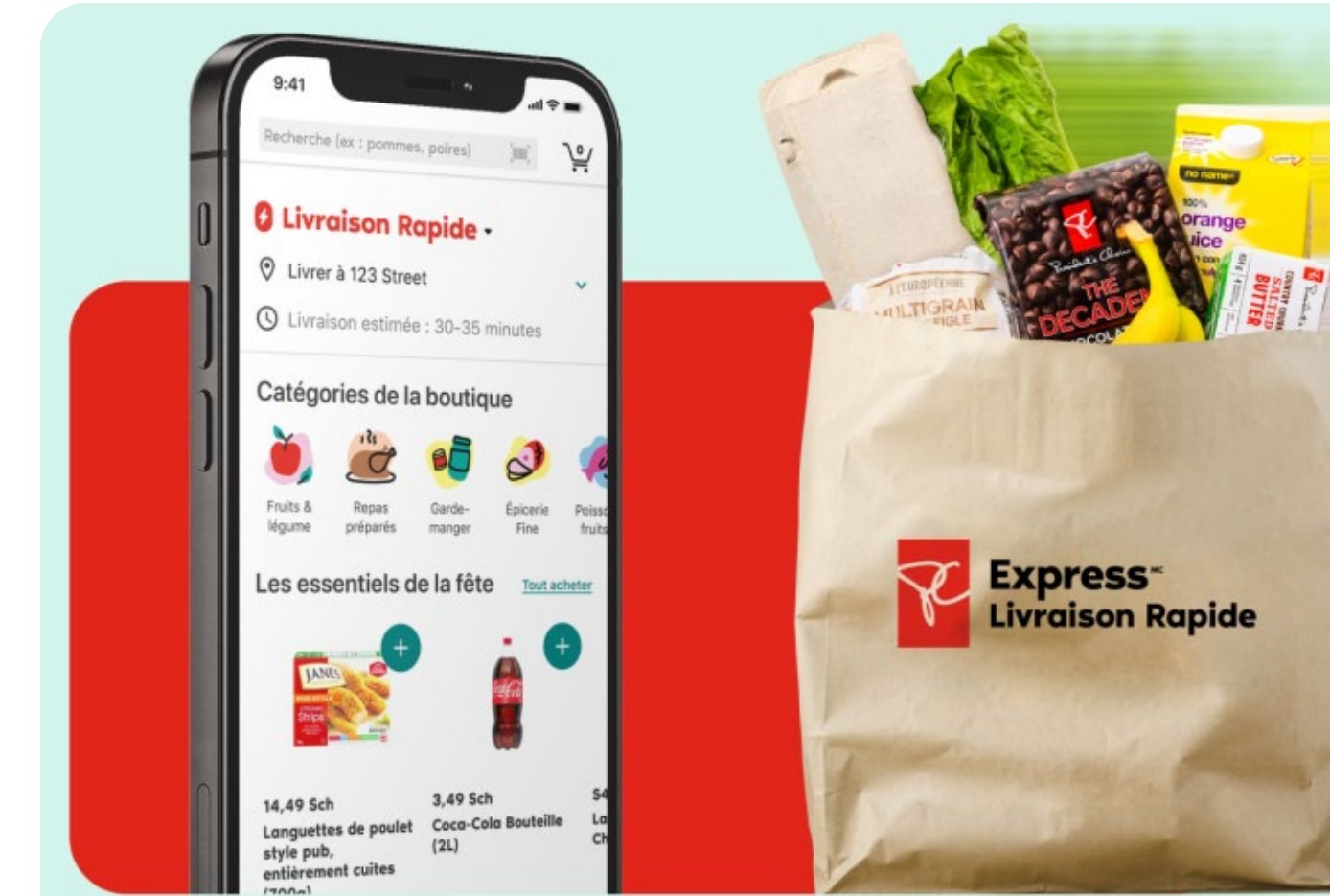
+18M membres PC Optimum<sup>MC</sup> actifs et plus d'un milliard de dollars échangés en points PC en 2025



2,3M consommateurs uniques ayant un compte de carte de crédit actif



+300k consommateurs uniques ayant un compte de carte de débit prépayée actif



**Des produits d'épicerie sur demande pour 8 millions de Canadiens**

Avec le rythme de vie de plus en plus effréné, la commodité est devenue indispensable. Grâce à la livraison rapide PC Express, Loblaw aide ses clients à obtenir ce dont ils ont besoin, au moment où ils en ont besoin, avec un délai de livraison pouvant aller jusqu'à 30 minutes et un accès à des milliers d'essentiels courants. Désormais accessible à plus de huit millions de Canadiens, ce service offre plus de rapidité, de flexibilité et de commodité au quotidien. Qu'il s'agisse d'un ingrédient de dernière minute pour le souper ou d'un article ménager oublié, les clients peuvent compter sur une expérience fluide qui les aide à garder le cap et à se concentrer sur ce qui compte le plus.

## Offrir de la valeur grâce à l'innovation de la marque le Choix du Président

Depuis plus de 40 ans, le Choix du Président évolue au même rythme que les Canadiens, reflétant ainsi la façon dont nous cuisinons, mangeons et nous réunissons autour de la table. Nous continuons de nous efforcer d'offrir une valeur concrète, en alliant la qualité, l'innovation et le prix d'une manière qui convient à la vie de tous les jours. Qu'il s'agisse de produits d'inspiration mondiale qui permettent aux Canadiens de découvrir de nouvelles saveurs sans payer le prix d'un restaurant ou d'une gamme croissante de boissons avec ingrédients ajoutés, comme le jus pressé à froid PC<sup>MD</sup> avec probiotiques pour favoriser la santé intestinale, nous continuons d'offrir des options qui s'intègrent facilement à la vie de tous les jours et qui aident les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement.



# À propos des énoncés prospectifs

Le présent rapport peut renfermer des énoncés prospectifs au sens des lois applicables sur les valeurs mobilières, qui reflètent les attentes actuelles de la société par rapport aux événements futurs, y compris les questions ESG abordées dans le rapport. Bien que la société estime que les attentes reflétées par ces informations prospectives sont raisonnables, l'évaluation des indicateurs et des risques ESG prospectifs, ainsi que des indicateurs et des risques liés aux changements climatiques, en particulier, sont de nature plus complexe et à plus long terme que les indicateurs et les risques commerciaux conventionnels. De nombreuses méthodologies prospectives sont nouvelles et en constante évolution, et les conseils fournis par les fournisseurs de méthodologies sur le calcul ou la comparabilité de ces indicateurs sont limités. En particulier, l'incertitude entourant les politiques futures liées aux changements climatiques peut contribuer à une plus grande variation des modèles de voies de transition. Les mises à jour futures des variables telles que les changements dans les émissions mondiales, les technologies disponibles ou les conditions économiques peuvent entraîner des changements au parcours zéro émission nette de la société, ce qui entraînerait des changements dans les objectifs de celle-ci. Un certain nombre de facteurs supplémentaires, y compris des améliorations de la couverture, de la qualité et de la disponibilité des données et des méthodologies de la société, peuvent également nécessiter des ajustements aux objectifs de base ou zéro émission nette de 2020 de la société. La société surveille l'élaboration des NCID, et certains indicateurs divulgués dans le présent rapport sont déclarés selon des critères précis tirés des publications mondiales de la GRI, la SASB et le GIFCC. La société surveille régulièrement l'évolution des réglementations, des normes et des cadres provinciaux et internationaux en matière de présentation de l'information ESG pour en vérifier la pertinence et l'utilisabilité, ainsi que les attentes des parties prenantes à l'égard de ces normes. La société évaluera périodiquement la comparabilité et la pertinence de ses indicateurs et de ses objectifs, et, le cas échéant, intégrera de nouveaux modèles, outils, perspectives et données dans l'évaluation continue qu'elle fait des enjeux ESG, y compris les changements climatiques. La société s'attend à ce que ses divulgations ESG continuent d'évoluer à mesure que les réglementations, les normes et les cadres de production de rapports s'affinent.

Les renseignements contenus dans le présent rapport reflètent ce que la société estime être ses meilleures données disponibles et, en matière d'informations relatives au climat, ses meilleures projections de scénarios disponibles, qui sont basées sur les renseignements les plus récents sur les émissions qui lui sont accessibles. Le cas échéant, y compris pour fixer ses objectifs de réduction des gaz à effet de serre et faire des déclarations relatives au climat, la société a formulé des approximations et des hypothèses raisonnables et de bonne foi. Cependant, il existe de nombreux facteurs que la société peut ne pas prévoir ou qu'elle pourrait être incapable de prédire avec précision. La capacité de la société à atteindre ses objectifs ESG, y compris les questions ESG traitées dans le présent rapport, repose sur un certain nombre d'hypothèses et dépend de nombreux risques et incertitudes, dont plusieurs sont indépendants de la volonté de la société. De ce fait, les résultats et les événements réels pourraient différer considérablement de ceux qui sont divulgués ou impliqués par de tels énoncés prospectifs et exiger que la société ajuste ses initiatives, activités ou plans ESG pour tenir compte de l'évolution du contexte. Ces risques et incertitudes comprennent, entre autres, la capacité de la société à atteindre ses objectifs de réduction des gaz à effet de serre, la disponibilité, l'accessibilité à des données complètes et de grande qualité et la pertinence de celles-ci, la nécessité d'une participation active et continue des parties prenantes de la société; l'élaboration de mesures et de méthodologies ESG cohérentes, robustes et comparables, en particulier en ce qui concerne les changements climatiques, l'élaboration et le déploiement de nouvelles technologies et de solutions propres à l'industrie, la coopération internationale, l'élaboration de lois, de politiques et de règlements provinciaux, nationaux et internationaux en matière d'ESG, ainsi que les facteurs abordés dans la notice annuelle actuelle de la société et le plus récent rapport de gestion. Les énoncés prospectifs du présent rapport sont présentés dans le but d'aider les investisseurs et les autres parties prenantes à comprendre les priorités, les stratégies et les objectifs ESG de la société et peuvent ne pas être appropriés à d'autres fins. Il ne faut pas se fier indûment à l'information prospective contenue dans ce rapport. Sauf dans la mesure où la loi l'exige, la société ne s'engage pas à mettre à jour ces énoncés prospectifs, que ce soit à la lumière de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement. Tous les énoncés prospectifs contenus dans le présent rapport sont formulés en date de celui-ci et sont visés par les présentes mises en garde.

# Notes de fin de document

- 1 Pour l'instant, les données relatives au détournement des matières résiduelles organiques se limitent aux activités de nos magasins d'alimentation au détail détenus par la société; toutefois, les dons effectués aux banques alimentaires et aux organismes de récupération alimentaire proviennent des magasins d'alimentation au détail détenus par la société, des franchisés, des pharmacies détenues par des pharmaciens propriétaires et des centres de distribution. Pour plus d'informations, consultez le [Rapport de divulgation sur les priorités ESG 2025](#).
- 2 À la fin de l'exercice 2025, environ 43 % des dépenses auprès des fournisseurs de niveau 1 (Scope 3, catégorie 1 : biens et services achetés) concernaient des fournisseurs ayant défini des objectifs fondés sur la science (SBT). Pour cet indicateur, Loblaw définit les fournisseurs conformes aux SBT comme ceux dont le statut « Objectifs fixés » est actif sur le tableau de bord des objectifs SBTi. Cela inclut les objectifs conformes à l'objectif de 1,5 °C (selon les critères et recommandations SBTi v5.0) et les anciens objectifs validés selon des critères antérieurs. Loblaw reconnaît également les fournisseurs ayant rendu publics des objectifs conformes à l'objectif de 1,5 °C qui n'ont pas été validés par le SBTi.  
  
Les dépenses fournisseurs sont basées sur les paiements des comptes fournisseurs réglés au cours de l'exercice 2025 et se concentrent sur les émissions de Scope 3, catégorie 1, afin de refléter les domaines ayant le plus grand impact. Les dépenses des catégories 2 (biens d'équipement), 3 (activités liées au carburant et à l'énergie), 4 (transport en amont), 8 (actifs loués en amont) et 15 (investissements) ont été exclues lorsque le niveau de détail des données le permettait, ainsi que les dépenses ne relevant pas des émissions de Scope 3 (par exemple, les taxes et les cotisations syndicales), représentant environ 13,1 % du total des dépenses fournisseurs, afin de garantir que notre base de déclaration reste solide et alignée sur nos principaux facteurs d'émissions. Le cadre de déclaration correspond aux émissions de Scope 1 et de Scope 2, et inclut les activités des magasins détenus par la société, des franchisés, des établissements détenus par des pharmaciens propriétaires et de T&T<sup>MD</sup>, ainsi que celles des bureaux et des centres de distribution de l'entreprise. Loblaw continuera d'affiner cette méthodologie à mesure que la visibilité et la comptabilisation des données évoluent.
- 3 Le total des dépenses d'investissement déclaré pour les projets de réduction des émissions de carbone de Scope 1 et de Scope 2 comprend les investissements réalisés à la fois dans les projets achevés en 2025 et dans les projets en cours à la fin de la période de déclaration. Le calcul de cet indicateur est conforme à la politique de capitalisation aux fins de la communication de l'information financière. Ainsi, les montants déclarés comprennent ceux qui répondent aux critères de capitalisation au cours de la période de déclaration. Les éléments exclus des dépenses d'investissement pour cet indicateur comprennent, sans s'y limiter, l'entretien et les réparations réguliers, les mesures préventives (par exemple, les inspections des fuites de gaz réfrigérants) et les améliorations mineures en matière d'efficacité énergétique qui ne sont pas capitalisées. Voir la note de fin de document 4 pour plus de détails sur ce qui constitue un projet de réduction des émissions de carbone.
- 4 Cet indicateur correspond au nombre de projets de réduction des émissions de carbone réalisés au cours de la période de déclaration. Les projets de réduction des émissions de carbone concernent les activités suivantes : la conversion des gaz réfrigérants utilisés dans les magasins, la modernisation de l'éclairage des magasins, l'optimisation des magasins franchisés pour améliorer l'efficacité et l'étalonnage des systèmes, la détection automatisée des fuites de gaz réfrigérants, la modernisation des CD, y compris l'éclairage et la réfrigération, et l'électrification du parc automobile. Un projet est défini au niveau d'un site individuel ou du parc de véhicules. Cet indicateur exclut Fortinos<sup>MD</sup>, Lifemark Health Group et T&T<sup>MD</sup>.
- 5 PROOF : (2025). Nouvelles données sur l'insécurité alimentaire des ménages en 2024. Extrait de <https://proof.utoronto.ca/2025/new-data-on-household-food-insecurity-in-2024/>.
- 6 Cet indicateur comprend les montants versés à la Fondation pour les enfants le Choix du Président par le biais des dons d'entreprise et des collectes de fonds organisées par Loblaw pendant la période de référence. Les collectes de fonds organisées par Loblaw comprennent les contributions obtenues auprès des clients, des collègues, des fournisseurs, des portails en ligne, des échanges de points PC Optimum<sup>MC</sup> et des dons d'entreprise.
- 7 Cet indicateur comprend les montants versés à la Fondation Pharmaprix pour la santé des femmes<sup>MC</sup> par le biais des dons d'entreprise et des collectes de fonds organisées par Loblaw pendant la période de référence. Les collectes de fonds organisées par Loblaw comprennent les contributions obtenues auprès des clients, des collègues, des fournisseurs, des portails en ligne, des échanges de points PC Optimum<sup>MC</sup> et des dons d'entreprise.
- 8 Le nombre d'enfants rejoints est défini comme le nombre total d'élèves inscrits dans l'école qui sont admissibles au programme Enfants Fortsmidables<sup>MC</sup> | Bien manger de la Fondation pour les enfants le Choix du Président. Le nombre total d'élèves inscrits est attesté par les écoles à un moment donné sur une base annuelle. Les collectes de fonds organisées par Loblaw comprennent les contributions obtenues auprès des clients, des collègues, des fournisseurs, des portails en ligne, des échanges de points PC Optimum<sup>MC</sup> et des dons d'entreprise.
- 9 Deuxième Récolte, La crise évitable du gaspillage alimentaire : Mise à jour (2024).
- 10 Le nombre de kilogrammes de denrées données à des banques alimentaires communautaires est calculé en multipliant la valeur totale en dollars des contributions par un facteur de conversion de 0,9 kg (2 livres) par dollar de don. Ce facteur de conversion est basé sur les informations incluses dans la « mesure des repas » de Banques alimentaires Canada et correspond à celle de nos partenaires en matière de récupération des aliments. Bien que la majorité des dons soit destinée à soutenir et à permettre des initiatives liées à l'alimentation, certains fonds peuvent être alloués par les partenaires à d'autres programmes ou besoins opérationnels, y compris la recherche.

- 11 Cet indicateur comprend les montants versés par Loblaw aux banques alimentaires et aux organismes de récupération alimentaire par le biais de dons d'entreprise et de collectes de fonds en magasin organisées par Loblaw au cours de la période de référence. Il inclut également les montants recueillis au cours de l'année et versés aux banques alimentaires et aux organismes de récupération alimentaire après la fin de l'année.
- 12 Le nombre de kilogrammes détournés est calculé à partir du prix de détail moyen au kilogramme des denrées, sur la base des données du Bureau of Labor Statistics des États-Unis et de Statistique Canada, mises à jour chaque année en fonction des prix de l'année précédente. À partir du montant total des ventes réalisées sur l'appli, du prix de détail moyen au kilogramme des denrées, et en supposant un rabais Flashfood moyen de 50 % sur l'ensemble des produits, nous calculons de manière approximative le nombre de kilogrammes de denrées détournés des sites d'enfouissement.
- 13 Système d'élevage en liberté : les volailles sont élevées dans des granges ou des poulaillers, sur un sol recouvert d'une « litière » de paille ou de copeaux de bois, sur des sols grillagés ou en ardoise, ou une combinaison des deux. Les œufs sont pondus dans des nichoirs ou des zones de ponte communes aux poules et peuvent être conçus de manière à ce que les œufs roulent vers des tapis de collecte.
- 14 Système d'élevage en plein air : les volailles ne sont pas élevées en cage et, lorsque le temps le permet, elles peuvent sortir à l'extérieur. Ces volailles pondent également leurs œufs dans des nichoirs et ont libre accès à la nourriture et à de l'eau à volonté.
- 15 La conformité est évaluée au regard des Règles d'or de la conception du Consumer Goods Forum qui font partie du champ d'application, concernant les emballages faits de plastique des produits de marques contrôlées et de ceux fournis en magasin, en fonction des données transmises par les fournisseurs. Pour plus d'informations, consultez le [Rapport de divulgation sur les priorités ESG 2025](#). Par définition, un emballage « recyclable ou réutilisable » est un emballage conforme aux Règles d'or de la conception du Consumer Goods Forum (« CGF ») 1, 2, 5, 6 et 7. La portée de cet indicateur ne comprend que les emballages faits de plastique qu'un client emporte après avoir fait un achat en magasin et, par conséquent, ne comprennent pas les emballages interentreprises, les fournitures utilisées en magasin dans le cours normal des affaires, ni les emballages destinés à l'expédition et à la livraison aux clients. Les emballages en plastique visés comprennent les produits et les emballages fournis par le magasin que l'on retrouve dans les magasins d'alimentation détenus par la société, les franchisés et les pharmacies détenues par des pharmaciens propriétaires pour les marques suivantes : Carnaby Sweet<sup>MD</sup>, Everyday Essentials<sup>MD</sup>, Farmer's Market<sup>MD</sup>, Concocté par nos chefs<sup>MD</sup>, Joe Fresh<sup>MD</sup>, Life at Home<sup>MC</sup>, Life Brand<sup>MD</sup>, sans nom<sup>MD</sup>, sans nom Naturellement imparfaits<sup>MD</sup>, Pane Fresco<sup>MD</sup>, PC<sup>MD</sup> Collection noire, PC<sup>MD</sup> Menu Bleu<sup>MD</sup>, PC<sup>MD</sup> Simplement bon, PC<sup>MD</sup> Biologique, le Choix du Président<sup>MD</sup>, Quo Beauty<sup>MD</sup>, Rooster<sup>MD</sup>, SeaQuest<sup>MD</sup>, Sufra<sup>MD</sup>, Sunspun<sup>MD</sup>, Suraj<sup>MD</sup> et Ziggy's<sup>MD</sup>. Cet indicateur exclut les produits de marque T&T<sup>MD</sup>, les produits dont l'emballage est considéré comme une partie fonctionnelle du produit lui-même ou comme une solution de rechange commercialement viable lorsqu'une conversion de matériau n'est pas encore disponible.
- 16 Les petits fournisseurs sont définis comme des entreprises qui répondent aux critères du programme pour les petits fournisseurs de Loblaw, en fonction des achats annuels effectués auprès de Loblaw et du chiffre d'affaires tiré de données accessibles au public. En 2025, les fournisseurs identifiés sont devenus admissibles à l'inscription au programme et à ses avantages; toutefois, l'admissibilité n'est reconnue qu'une fois que l'indicateur d'inscription a été activé dans les systèmes internes de Loblaw. Les fournisseurs ne sont pas admissibles aux avantages du programme, y compris les exemptions de frais d'inscription, tant que cet indicateur n'est pas activé. Le nombre de fournisseurs déclaré reflète l'activation initiale de l'indicateur d'inscription au cours de l'exercice 2025.
- 17 Les postes de direction comprennent les postes de vice-président et échelons supérieurs. Les données relatives aux postes de direction proviennent de données d'auto-identification recueillies tout au long de l'année par l'entremise de notre système d'information des Ressources humaines. Les renseignements relatifs à l'origine ethnique et à l'ethnicité sont recueillis sur une base volontaire et comprennent uniquement le personnel de l'entreprise. En 2025, 93 % des dirigeants ont volontairement divulgué leur origine ethnique ou leur ethnicité. Tous les indicateurs de représentation ci-dessous ont été arrondis au pourcentage le plus près.
- 18 Aux fins de déclaration en matière de représentation, la gestion englobe les postes exerçant des responsabilités liées au leadership direct, notamment la gestion des activités opérationnelles ou la gestion du personnel. Les postes définis comme relevant de la gestion comprennent, sans s'y limiter, les postes de directeur principal, de directeur, de gérant principal, de gérant, de directeurs de CD, de directeurs de magasin, de directeurs adjoints de magasin et de gérants de département. La société a déployé des efforts pour appliquer cette définition de façon cohérente, mais lorsque les titres de poste n'étaient pas clairs, certaines fonctions pouvant comprendre certaines responsabilités de gestion ont été classées comme étant des collaborateurs individuels. Les données relatives aux postes de gestion proviennent de données d'auto-identification recueillies tout au long de l'année par l'entremise de notre système d'information des Ressources humaines. Les renseignements relatifs à l'origine ethnique et à l'ethnicité sont recueillis sur une base volontaire et comprennent uniquement le personnel de l'entreprise. En 2025, 66 % des gestionnaires ont volontairement divulgué leur origine ethnique ou leur ethnicité. Tous les indicateurs de représentation ci-dessous ont été arrondis au pourcentage le plus près.
- 19 À compter de 2025, le terme « personnes racisées » est adopté aux fins d'indicateurs de représentation et de production de rapports, remplaçant le terme « minorités visibles ». Cette terminologie est de plus en plus utilisée au Canada, car elle met l'accent sur l'origine ethnique en tant que construction sociale plutôt que sur les traits visibles. Il reconnaît également que les groupes racisés sont des personnes qui ne sont pas toujours minoritaires ou visiblement identifiables, reconnaissant les expériences diversifiées et nuancées au sein de ces communautés.
- 20 Cet indicateur inclut également les activités des franchisés et des établissements détenus par des pharmaciens propriétaires.
- 21 Cet indicateur inclut également les activités des franchisés.
- 22 Cet indicateur concerne les activités des établissements détenus par des pharmaciens propriétaires.