

Notre façon de faire des affaires

Responsabilité sociale de l'entreprise - Rapport 2009

Nous sommes fiers du progrès accompli et de nos collègues qui, chaque jour, voient au respect de nos engagements en matière de responsabilité sociale, partout au Canada. Notre rapport 2009 présente une vue d'ensemble de nos stratégies, de nos réalisations et des défis qui ont marqué la dernière année.



Nos engagements

Nos engagements en matière de responsabilité sociale se reflètent dans nos activités par l'entremise de nos cinq piliers. Nos activités sont revues et évaluées en fonction de ces cinq piliers, et nous faisons état de nos résultats de différentes façons, dont le présent rapport de RSE.

[En savoir plus](#)



Bienvenue

En tant que détaillant en alimentation le plus important au Canada, Loblaw est en mesure de pouvoir faire une réelle différence au sein des communautés où nous sommes présents, du pays, voire de la planète par le biais de gestes simples mais concrets.

[En savoir plus](#)



Faits saillants

1 2 3 4 5

Ça pousse chez nous^{MC}

Dans le cadre de notre populaire programme Ça pousse chez nous^{MC}, environ 40 % des fruits et légumes offerts dans les magasins de Loblaw en juillet et en août provenaient de producteurs canadiens. [En savoir plus](#)



Objectifs et réalisations



Message de bienvenue



Galen G. Weston
Président du Conseil

Loblaw a entrepris il y a quatre ans de redevenir le meilleur détaillant au Canada. Pour ce faire, nous avons mis au point un programme de transformation qui nous a amenés à repenser nos activités commerciales et notre culture. Malgré les défis que nous devons affronter sur le plan économique et la concurrence de plus en plus forte, nous continuons à progresser, tout en maintenant nos valeurs fondamentales et en solidifiant notre engagement à l'égard de la responsabilité sociale de l'entreprise. Notre objectif est de répondre aux besoins à court terme tout en nous préparant à contribuer à résoudre les enjeux d'ordre social que devra affronter notre pays dans le futur.

Autres liens

[Objectifs et réalisations](#)

Certaines tendances se précisent dans le secteur de l'alimentation, tendances qui entraîneront de profonds changements dans la manière dont nous nous alimentons :

- **Les préoccupations liées à la sécurité alimentaire** augmentent à la lumière du nombre grandissant de rappels de produits. Les Canadiens sont de plus en plus éduqués et se préoccupent plus que jamais de la provenance et de la sécurité des aliments.
- **Les enjeux liés à la santé**, en particulier l'obésité, deviennent de plus en plus difficiles à gérer au niveau de notre système de santé. On a rapporté que 75 % des coûts de soins de santé découlent de quatre problèmes chroniques : les maladies cardiovasculaires, le cancer, le diabète et l'obésité. Le régime alimentaire est l'un des principaux facteurs associés à ces conditions.
- **La croissance de la population** soulève des inquiétudes quant à la disponibilité et l'accessibilité de la nourriture dans le monde entier. Les réserves de poissons diminuent, les terres agricoles sont converties à des usages industriels et nos terres arables sont achetées par des intérêts étrangers. La nourriture sera-t-elle abordable dans de telles circonstances? Comment la hausse du prix des aliments, leur disponibilité, la façon dont les terres agricoles sont utilisées et la croissance de la population affecteront-elles les réserves alimentaires et par le fait même, l'alimentation des Canadiens? Tout semble indiquer que les enjeux en matière de sécurité alimentaire engendrés par la croissance de la population s'intensifieront au cours des dix ou vingt prochaines années.
- **Les changements climatiques** se répercutent aussi sur la disponibilité et l'accessibilité des aliments. En Californie par exemple, la pénurie d'eau menace sérieusement la production agricole. Nous devons comprendre ce qui pourrait advenir de nos terres agricoles. Les échanges de droits d'émission visant à réduire les émissions de dioxyde de carbone pourraient avoir des effets néfastes sur la production alimentaire.

Il va sans dire que la capacité des autorités publiques et des organismes de réglementation à résoudre ces problèmes de taille est considérablement mise à l'épreuve. Nous croyons qu'à titre de plus important détaillant en alimentation au pays, Loblaw est en mesure de jouer un rôle de premier plan dans la résolution de ces enjeux cruciaux, voire de susciter des changements.

Selon nous, il existe deux approches pouvant mener efficacement au changement. En vertu de la première, la responsabilité repose uniquement sur l'entreprise. Loblaw a une feuille de route éloquent en ce qui a trait à l'utilisation de ses propres marques à cet égard. En 2008 notamment, nous avons modifié tous nos détergents à lessive *le Choix du Président* pour les rendre deux fois plus concentrés, réduisant ainsi considérablement la quantité d'eau et d'emballages utilisés et ouvrant la voie à d'autres entreprises pour qu'elles suivent notre exemple. Notre gamme *le Choix du Président Menu bleu*, qui comprend maintenant plus de 400 produits, permet à nos clients de faire des choix plus santé, et ce, à un prix abordable. Ces produits sont mis au point par des concepteurs dévoués, de concert avec une équipe interne de chercheurs en nutrition, de diététistes et de nutritionnistes qui suivent les directives du *Guide alimentaire canadien*.

La deuxième approche demande une plus grande collaboration de la part d'intervenants clés pour que puisse s'opérer le changement. En 2009, nous avons appliqué des frais de cinq cents sur chaque sac en plastique distribué à la caisse afin de réduire leur utilisation à la source. Une partie des profits provenant de la vente des sacs en plastique est versée à WWF-Canada pour la création de programmes qui encouragent la population à poser des gestes plus écologiques. Ces initiatives ont réduit l'utilisation des sacs en plastique de 55 % et ont permis d'éviter que 1,3 milliard de sacs n'aboutissent dans les sites d'enfouissement en 2009.

Nous nous sommes aussi engagés à nous approvisionner exclusivement auprès de sources de produits de la mer durables d'ici la fin de 2013. À titre de plus important acheteur de produits de la mer au Canada, nous collaborons avec de nombreux partenaires, dont WWF-Canada, le Marine Stewardship Council, des scientifiques spécialisés en produits de la mer, nos fournisseurs et les autorités publiques fédérales et provinciales pour faciliter cette transition majeure.

En outre, nous dialoguons de plus en plus avec les législateurs. Au cours de la dernière année, j'ai été invité à participer, à titre de conseiller pour le gouvernement canadien, à la Conférence des Nations Unies de 2009 sur les changements climatiques, à Copenhague. J'ai pu constater par moi-même l'ampleur des défis auxquels nous sommes confrontés et ai eu l'occasion de collaborer à la recherche de solutions.

En intégrant la responsabilité sociale dans sa stratégie d'affaires, Loblaw aide à tenter de résoudre ces enjeux complexes d'une manière qui lui permet de demeurer concurrentielle tout en se préparant au monde de demain. Selon nous, il s'agit là d'une approche d'affaires hautement stratégique et fondée sur nos valeurs, qui nous aide à mieux servir nos clients tout en faisant de Loblaw une entreprise encore plus performante.

Nous sommes fiers des progrès que nous accomplissons et nous sommes heureux de partager avec vous nos défis, nos stratégies et nos réalisations dans notre rapport annuel sur la responsabilité sociale de l'entreprise.

Cordialement,



Galen G. Weston
Président du Conseil
Les Compagnies Loblaw limitée

À propos de Loblaw



Une filiale de George Weston limitée, Les Compagnies Loblaw limitée est le plus grand détaillant en alimentation au Canada et l'un des plus importants distributeurs de marchandise générale, de produits pharmaceutiques, ainsi que de produits et services financiers. Loblaw demeure l'un des plus grands employeurs du secteur privé au Canada.

Qui nous sommes

Par l'entremise de ses multiples bannières, Loblaw s'engage à offrir à sa clientèle un vaste choix toujours grandissant d'excellents produits et services qui répondent aux besoins quotidiens des foyers canadiens. Loblaw est reconnue pour la qualité, l'aspect novateur et le rapport qualité/prix de son offre alimentaire. Elle offre également le programme de marques privées le plus solide au Canada, dont font notamment partie ses marques uniques *le Choix du Président*, *sans nom* et *Joe Style frais*. Son siège social est situé à Brampton, en Ontario.



Notre mission

Être le meilleur détaillant au Canada dans le secteur des produits alimentaires et de santé ainsi que des articles pour la maison en dépassant les attentes de la clientèle grâce à une offre de produits novateurs à très bon prix. Nous sommes guidés par notre responsabilité à : respecter l'environnement, faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement, faire une différence positive dans notre communauté, refléter les diversités culturelles de notre pays et être un milieu de travail formidable.

Où nous trouver

Ouest



Ontario



Québec



Atlantique



Autres liens

- [Rapport annuel 2009](#)
- [Profil de la société](#)
- [Gouvernance d'entreprise](#)
- [Conseil d'administration](#)
- [Code de conduite des affaires](#)
- [Code de conduite des fournisseurs \(en anglais seulement\)](#)

2009 en bref

Chiffre d'affaires de 30 735 millions \$

Bénéfice net de 656 millions \$

613 magasins détenus par la société et 416 magasins franchisés d'un océan à l'autre

27 centres de distribution appartenant à la société et 5 autres exploités par des tiers desservent nos magasins

Plus de 138 000 collègues employés à temps plein et à temps partiel

Plus de 13 millions de Canadiens font leurs achats dans nos magasins chaque semaine

22 bannières à l'échelle du pays

Acquisition de T&T Supermarket Inc., la plus importante chaîne de supermarchés asiatiques au Canada

Vue d'ensemble de RSE



La mission de Loblaw est d'être le meilleur détaillant au Canada dans les secteurs des produits alimentaires, des produits de santé et des articles pour la maison, en dépassant les attentes de la clientèle grâce à une offre de produits novateurs à très bons prix. Chez Loblaw, le respect de nos obligations en matière de responsabilité sociale fait partie de notre façon de faire des affaires.

Autres liens

[Objectifs et réalisations](#)

Nos engagements relativement à la RSE se reflètent dans nos activités par l'entremise de nos cinq grands piliers : respecter l'environnement, faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement, faire une différence positive dans notre communauté, refléter les diversités culturelles de notre pays et être un milieu de travail formidable. Nos activités sont revues et évaluées en fonction de ces piliers et nous faisons état de notre performance de différentes façons, dont le présent rapport sur la RSE.

Rendre ainsi publics nos objectifs et notre progression en matière de RSE nous aide à demeurer sur la bonne voie et à rester motivés, tout en permettant à d'autres intervenants de s'engager à leur tour et de prendre part à nos efforts. Nous apprécions ce type de dialogue qui nous permet de rendre compte de nos activités et de faire une réelle différence.

[Aperçu des cinq piliers de RSE](#) [Prix](#)

Respecter l'environnement

Nous sommes conscients qu'à titre de plus important détaillant en alimentation au pays, nous sommes en mesure de faire une réelle différence pour l'environnement à l'aide de gestes qui seront également profitables sur le plan affaires. Nous nous sommes engagés à :

- Réduire notre bilan carbone et travailler avec nos fournisseurs et nos clients pour qu'ils emboîtent le pas.
- Éviter que les matières résiduelles aboutissent dans les sites d'enfouissement en adoptant une approche axée sur les trois « R » (réduire, réutiliser, recycler) tant pour nos produits que nos processus.
- Stimuler l'innovation au sein de la gamme *le Choix du Président Produit écologique Vert* pour aider les clients à réduire leur impact sur l'environnement sans avoir à faire de compromis sur l'efficacité.

[En savoir plus](#)

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement signifie travailler avec nos fournisseurs pour offrir à nos clients des produits de qualité tout en tenant compte des répercussions économiques et sociales. Nous nous sommes engagés à :

- Nous approvisionner de manière éthique auprès de fournisseurs canadiens et internationaux qui observent des normes élevées en matière de qualité, d'intégrité et de responsabilité sociale.
- Nous approvisionner localement afin de soutenir les producteurs canadiens et d'offrir des aliments frais et sains à nos clients.
- Contribuer à la santé et la vitalité de nos sources d'approvisionnement, dont les océans, qui sont sérieusement menacés.

[En savoir plus](#)

Faire une différence positive dans notre communauté

Nous sommes fiers de nos racines canadiennes et désirons contribuer à l'essor de notre grand pays. Grâce à son vaste réseau de magasins d'un océan à l'autre, Loblaw joue un rôle de premier plan en matière d'alimentation des Canadiens. Nous créons également de l'emploi et soutenons les économies locales, nous donnons généreusement à divers programmes communautaires et nous participons à la tenue d'activités communautaires et d'événements locaux. Nous nous sommes engagés à :

- Donner généreusement aux programmes communautaires dans le but de soutenir la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*, favoriser des enfants actifs et en santé, nourrir les gens de notre voisinage, rendre nos villes plus vertes, venir en aide aux collectivités par l'entremise de notre programme de subventions aux collègues bénévoles et financer la recherche et l'éducation.
- Encourager les magasins de Loblaw et nos collègues à s'impliquer dans les organismes communautaires locaux.
- Aider les Canadiens à faire de meilleurs choix alimentaires en leur offrant un éventail de mets santé.

[En savoir plus](#)

Refléter les diversités culturelles de notre pays

Issus des quatre coins de la planète, les Canadiens incarnent la diversité. Loblaw reconnaît que la diversité du Canada constitue une source de fierté de même qu'une force. Nous travaillons à faire en sorte que cet aspect important se reflète dans les produits que nous vendons, chez les employés que nous embauchons et au sein de la culture de travail que nous préconisons. Nous nous sommes engagés à :

- Veiller à ce que les diverses communautés où sont situés nos magasins se reflètent aussi bien dans les produits que nous vendons que dans les collègues qui sont au service de notre clientèle.
- Créer un milieu de travail inclusif et respectueux qui valorise la diversité des points de vue, de l'expérience, des compétences, des orientations et des aptitudes de nos collègues.

[En savoir plus](#)

Être un milieu de travail formidable

Les collègues de Loblaw sont essentiels à notre succès et représentent notre meilleur atout. Nous travaillons fort pour répondre à leurs besoins et leur montrer à quel point nous apprécions leur contribution. Nous visons à développer une culture de la réussite qui donne aux collègues les ressources et le soutien leur permettant de répondre aux attentes des clients, voire de les surpasser. Nous nous sommes engagés à :

- Maintenir un milieu de travail sécuritaire.
- Bâtir une culture en vertu de laquelle les collègues sont encouragés à émettre leurs opinions, à poser des questions et à suggérer des idées qui feront de Loblaw une entreprise encore plus florissante.
- Fournir aux collègues la formation dont ils ont besoin pour bien faire leur travail et servir les clients comme ils aimeraient eux-mêmes être servis.
- Reconnaître et récompenser la contribution de chacun.

[En savoir plus](#)

Prix

Nous avons eu l'honneur de recevoir les prix suivants en 2009.

Parmi les 50 meilleurs citoyens corporatifs au Canada

Loblaw s'est hissée au 10e rang du classement 2009 des 50 meilleurs citoyens corporatifs du magazine *Corporate Knights*, classement tenant compte des indicateurs liés à l'environnement, la responsabilité sociale et la gouvernance.



Parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada en 2010

Loblaw est fière de figurer au palmarès des 100 Meilleurs Employeurs au Canada en 2010, ce qui vient reconnaître les efforts qu'elle a déployés au cours des dernières années pour attirer et conserver ses employés et pour créer un milieu de travail formidable. Pour de plus amples renseignements, consultez le site Web des [100 Meilleurs Employeurs au Canada](#) ou le [site Web Eluta](#) pour des renseignements précis sur Loblaw (en anglais seulement).



Parmi les 50 entreprises les plus socialement responsables de Jantzi-Maclean's

Loblaw s'est inscrite au classement 2009 des 50 entreprises les plus socialement responsables de Jantzi-Maclean's. Cette liste, qui en est à sa première édition, honore les entreprises qui mettent la barre plus haut en matière de responsabilité sociale d'entreprise. Loblaw a été reconnue pour ses gammes de produits favorables à l'environnement, comme les marques le Choix du Président Biologique et le Choix du Président Produit écologique Vert, et pour ses objectifs et programmes de réacheminement des matières résiduelles.

Prix pour la réduction des matières résiduelles en Ontario

En 2009, Loblaw s'est vu décerner un prix par le [Conseil du recyclage de l'Ontario](#) pour la réduction des matières résiduelles, en reconnaissance de son excellence et de son engagement en matière d'environnement durable. Pour plus de détails concernant ce prix et les critères d'admissibilité, visitez le site www.rco.on.ca/ontario_waste_minimization_awards (en anglais seulement).

Gouvernance en matière de RSE



Le comité de RSE de Loblaw a pour mandat de promouvoir la responsabilité sociale dans l'ensemble de l'entreprise. Les membres du comité représentent tous les secteurs d'activité et chacun apporte des points de vue et des compétences variés.

Comité de RSE

Tout en étant à l'écoute de la clientèle et des collègues, les membres du comité travaillent en équipe afin de déterminer les priorités, les indicateurs et les obligations s'inscrivant dans le cadre des cinq piliers de responsabilité sociale de l'entreprise. Chaque membre est appuyé par un membre de la direction, lequel doit assurer l'intégration de la RSE au sein de notre culture, veiller au respect de nos engagements et collaborer avec le comité de RSE afin d'établir des objectifs réalistes et responsables.

Ce comité est dirigé par le vice-président, Affaires corporatives, qui relève directement du président du Conseil et du président et vice-président du Conseil.

Membres du comité :

Bob Chant, président du comité
Vice-président, Affaires corporatives

Priya Bates
Directrice principale, Communications internes

Eric Biddiscombe
Directeur principal, Planification, Unité d'affaires des fruits et légumes

Sherry Casey
Directrice principale, Nutrition et affaires réglementaires

Andrew Clappen
Vice-président, Assurance de la qualité

Mario Fatica
Vice-président, Planification, développement et approbation

Sonya Fiorini
Directrice principale, Responsabilité sociale de l'entreprise

Andrew Flemming
Directeur principal, Support national aux clients

Frank Gambioli
Vice-président principal, Spécialistes à l'échelle nationale

Claudio Gemmiti
Vice-président, Épicerie

David Gore
Vice-président, Affaires juridiques

Cristina Greto
Coordonnatrice, Responsabilité sociale de l'entreprise

Peggy Hornell
Directrice principale, Investissement communautaire

Julija Hunter
Vice-présidente, Relations publiques

Walter Kraus
Directeur principal, Affaires environnementales

Shawn Makarenko
Directeur, Achats à l'étranger

Nan Oldroyd
Directrice principale, Recrutement et diversité

Greg Ramier
Vice-président principal, Exploitation

Mark Schembri
Vice-président, Maintenance à l'échelle nationale

Brian Springer
Vice-président, Transport

Inge van den Berg
Vice-présidente principale, Mise en marché, marchés régionaux et ethniques

Todd Warnell
Directeur principal, ATC et projets spéciaux

Robert Wiebe
Vice-président principal, Transport

Autres liens

[Mandat du conseil d'administration et chartes des comités](#)

[Profil de la société](#)

[Gouvernance d'entreprise](#)

[Conseil d'administration](#)

[Code de conduite des affaires](#)

[Code de conduite des fournisseurs \(en anglais seulement\)](#)

Gouvernance stratégique chez Loblaw

Le conseil d'administration et la direction de Les Compagnies Loblaw limitée croient que des pratiques saines en matière de gouvernance d'entreprise contribueront à assurer une gestion efficace de la société, ainsi que la réalisation de ses objectifs stratégiques et opérationnels.

Sur notre site Web www.loblaw.ca, vous trouverez des renseignements clés sur la gouvernance, dont les suivants :

[Profil de la société](#)

[Gouvernance d'entreprise](#)

[Conseil d'administration](#)

[Code de conduite des affaires](#)

[Code de conduite des fournisseurs \(en anglais seulement\)](#)

À propos du présent rapport

Le rapport 2009 sur la responsabilité sociale de l'entreprise décrit le rendement de Les Compagnies Loblaw limitée en matière de responsabilité sociale du 1^{er} janvier au 31 décembre 2009. Il couvre l'ensemble des activités de Loblaw et englobe tous les magasins détenus par la société, les centres de services aux magasins et les centres de distribution.

Notre intention était d'offrir un aperçu complet et pondéré de notre rendement en matière de RSE en fonction des attentes et des intérêts de nos intervenants. Les principaux enjeux ont été déterminés en fonction des initiatives d'engagement menées à l'interne et par le Canadian Business for Social Responsibility. Le CBSR a mené des entrevues avec un grand nombre d'intervenants, notamment des fournisseurs ainsi que des organismes gouvernementaux et non-gouvernementaux (ONG), qui ont été choisis en fonction de leur expertise, de leur disponibilité et de la nature de leurs liens avec Loblaw.

Ce rapport s'inspire également des directives « G3 Sustainability Reporting Guidelines » du Global Reporting Initiative (GRI). Bien que ce rapport ne mesure pas notre degré de conformité quant au GRI, nous avons néanmoins utilisé ses lignes directrices comme normes de référence.

Notre rapport sur la RSE en est à sa troisième édition. Le dernier rapport a été publié en avril 2009. Aucun changement majeur n'a été apporté à la portée, aux limites et aux méthodes de mesure utilisées depuis la diffusion de ce rapport.

Intégrité du rapport

Avant d'être publiés, tous les plans, buts établis, cibles et objectifs en matière de RSE ont été examinés et approuvés par les services juridiques et les services des relations avec les investisseurs et de vérification interne de la société pour en vérifier l'exactitude et la véracité. Le rapport 2009 sur la RSE a aussi été soumis à une vérification indépendante réalisée par le CBSR.

Partenariats et affiliations



Loblaw collabore avec un large éventail d'intervenants pour remplir ses obligations en matière de responsabilité sociale et pour instituer des pratiques d'affaires responsables. Nous comptons parmi nos partenaires les organisations suivantes :

Canadian Business for Social Responsibility

(www.cbsr.ca – en anglais seulement) – Le CBSR est un organisme à but non lucratif dirigé par ses membres qui mobilise les sociétés canadiennes pour qu'elles prennent des décisions d'affaires qui à la fois améliorent leur rendement et contribuent à un monde meilleur. Loblaw est membre du réseau du CBSR depuis trois ans et fait appel à ses services consultatifs pour obtenir l'adhésion de divers intervenants et rendre compte de ses activités en matière de RSE.



WWF-Canada

(www.wwf.ca/fr) – WWF-Canada et Loblaw collaborent dans le cadre de nombreux projets visant à encourager la population à faire sa part pour l'environnement en posant des gestes concrets au quotidien. En 2009, Loblaw s'est engagée à verser à WWF-Canada un don corporatif et une partie des profits provenant de la vente des sacs en plastique dans les magasins détenus par la société. Le total s'élèvera à 3 millions \$ sur 3 ans.



© 1986 WWF-Fonds mondial pour la nature symbole du panda
Marque déposée du WWF ©

Marine Stewardship Council

(www.msc.org/fr) – Le MSC est un important organisme de certification mondial. Sa mission consiste à utiliser son programme d'écocertification et de certification des produits de la mer pour favoriser la santé des océans du monde entier en reconnaissant et récompensant les pratiques de pêche durables, en influençant les décisions d'achat des consommateurs et en travaillant avec divers partenaires afin de transformer le marché des produits de la mer pour qu'il soit établi sur des bases durables.



Banques alimentaires Canada

(www.banquesalimentairescanada.ca) – Nous venons en aide aux banques alimentaires depuis de nombreuses années. Nous avons même intensifié notre engagement en créant un vaste programme national afin de contribuer encore davantage à la lutte contre la faim. En avril 2009, Loblaw a lancé sa plus importante collecte nationale de denrées alimentaires. Loblaw investit aussi des sommes substantielles dans le système de partage de Banques alimentaires Canada, favorisant ainsi la distribution de denrées parmi les banques alimentaires partout au pays, tout au long de l'année.



Nos initiatives

Sacs réutilisables *le Choix du Président*
Produit écologique Vert
Aquaculture responsable
Banques alimentaires

Alpine Canada Alpin

(www.canski.org/fr) – Loblaw est le partenaire exclusif des équipes de ski alpin canadiennes en matière de saine alimentation et de conseils nutritionnels.



Conseil canadien des distributeurs en alimentation

(www.ccgd.ca) – Loblaw est membre du Conseil canadien des distributeurs en alimentation (CCDA), un organisme sans but lucratif voué à la promotion et à l'essor de l'industrie de l'alimentation au détail et des services alimentaires au Canada, tant à l'échelle régionale que nationale. Les membres du CCDA réalisent un chiffre d'affaires totalisant environ 121 milliards \$, dont 42 milliards \$ proviennent du secteur des services alimentaires. Ils créent de l'emploi pour plus de 428 000 Canadiens dans plus de 12 000 collectivités au pays.



Canadian Council of Grocery Distributors
Conseil canadien des distributeurs en alimentation

Conseil du recyclage de l'Ontario

(www.rco.on.ca – en anglais seulement) – Le CRO joue un rôle important dans la sensibilisation quant à l'importance du recyclage et travaille avec Loblaw pour aider à réduire les matières résiduelles.



Recycling Council of Ontario

© Les Compagnies Loblaw limitée, 2010

Objectifs et réalisations

Objectif atteint Objectif presque atteint ou en voie de l'être Objectif non atteint ou au stade initial



Télécharger la version imprimable

Respecter l'environnement Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement Faire une différence positive dans notre communauté Refléter les diversités culturelles de notre pays Être un milieu de travail formidable

OBJECTIFS - 2009	PROGRÈS	RÉALISATIONS
Éviter que un milliard de sacs en plastique n'aboutissent dans les sites d'enfouissement d'ici la fin de 2009.	<input checked="" type="checkbox"/>	Cumulativement, nous avons évité l'enfouissement de 1,3 milliard de sacs en plastique depuis 2007. En un an, nos clients ont utilisé 55 % moins de sacs en plastique en 2009 qu'en 2006, notre année de référence.
Éviter qu'en moyenne, 70 % des matières résiduelles générées par nos magasins ne soient acheminées vers les sites d'enfouissement en 2009.	<input checked="" type="checkbox"/>	À l'échelle nationale, nous avons évité l'enfouissement de 58 % des matières résiduelles générées par les magasins. En ce qui concerne les magasins détenus par la société, nous avons atteint notre objectif dans la région de l'Atlantique, en évitant l'enfouissement de 73,54 % des matières résiduelles. Ce pourcentage s'est élevé à 57,83 % au Québec, 67,66 % en Ontario et 39,74 % dans l'Ouest. Nous avons également évité l'enfouissement de 69 % des matières résiduelles générées par les centres de distribution. La répartition par région est la suivante : 68,71 % dans l'Atlantique; 64,49 % au Québec; 78,59 % en Ontario et 64,57 % dans l'Ouest.
Stabiliser les programmes actuels de récupération des matières résiduelles organiques et chercher à établir de nouveaux partenariats pour leur valorisation.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons mis en œuvre nos ententes de biométhanisation des matières résiduelles organiques et développé des initiatives régionales de compostage afin de stabiliser les infrastructures de valorisation des matières résiduelles organiques.
Faire avancer nos initiatives en matière de biométhanisation.	<input checked="" type="checkbox"/>	Voir ci-dessus.
Réduire la consommation d'électricité des magasins détenus par la société de 1 % par pied carré.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons réduit la consommation d'électricité de 0,6 %, ce qui se trouve largement en-deçà de l'objectif, en raison des heures d'ouverture prolongées des magasins et de l'éclairage supplémentaire requis dans le département Joe Style frais.
Lancer le projet d'énergie photovoltaïque en Ontario.	<input checked="" type="checkbox"/>	La demande a été logée en 2009 et le projet a été annoncé en mars 2010.
Réduire de 1,5 % les émissions de dioxyde de carbone associées à la consommation d'électricité.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons réduit nos émissions de dioxyde de carbone de 1 %.
Améliorer le niveau d'efficacité de la consommation de carburant de notre flotte de transport de 2 % par kilomètre.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons atteint une amélioration de 2 %.
Réduire les fuites de gaz réfrigérants de 5 %.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons réduit les fuites de gaz réfrigérants de 22 % et les émissions de gaz à effet de serre qui y sont associées, de 28 %.
Travailler avec les partenaires de l'industrie pour développer un outil de mesure du bilan carbone pour l'ensemble de l'industrie et améliorer l'exactitude des données en ajustant et en surveillant les pratiques de collecte de données internes.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons recueilli des données sur notre bilan carbone pendant trois ans et confirmons que l'année 2008 sera notre année de référence. Nous avons établi le bilan carbone de nos magasins et centres de distribution et avons procédé à une segmentation détaillée tant au niveau de l'industrie que de celui de l'entreprise.

Utiliser les nouveaux critères de construction durable pour guider la conception et la construction des futurs magasins de Les Compagnies Loblaw limitée.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous allons continuer à utiliser des critères de construction durable pour orienter la conception et la construction de tous les nouveaux magasins et centres de distribution de Loblaw.
Construire notre premier centre de distribution selon le système de certification LEED à Surrey, en Colombie-Britannique.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons officiellement procédé à l'ouverture du centre de distribution de Surrey, en Colombie-Britannique, le 2 novembre 2009. Le processus de certification est en cours.
Diminuer de 50 % sur cinq ans l'utilisation d'emballages non recyclables pour les produits de marque contrôlée.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous sommes sur la bonne voie : en 2009, nous avons remplacé les emballages d'œufs en plastique par des emballages en carton et nous avons commencé à utiliser moins de plastique pour les bouteilles d'eau de marque privée.
Terminer la phase 2 de l'audit des emballages de produits de marchandise générale en 2009.	<input checked="" type="checkbox"/>	Audit des emballages terminé.
Étendre encore davantage notre gamme de produits <i>le Choix du Président Produit écologique Vert</i> .	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons lancé cinq nouveaux produits en 2009, ce qui porte le total à 44.

Respecter l'environnement	Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement	Faire une différence positive dans notre communauté	Refléter les diversités culturelles de notre pays	Être un milieu de travail formidable
---------------------------	---	---	---	--------------------------------------

OBJECTIFS - 2009	PROGRÈS	RÉALISATIONS
Progresser vers l'objectif sur trois ans d'accroître l'approvisionnement en produits frais locaux de 10 %.	<input checked="" type="checkbox"/>	Augmentation de 16 % des ventes de fruits et légumes durant la saison des récoltes.
Tenir d'autres campagnes pour promouvoir l'approvisionnement en fruits et légumes canadiens.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons mené la campagne <i>C'est de chez nous</i> aux mois de juillet et août, qui comprenait des publicités télé et des annonces circulaires présentant des producteurs canadiens; nous avons également amélioré les étalages et le matériel promotionnel en magasin.
Terminer les audits de RSE avant qu'un nouveau fournisseur ne soit entré dans notre système.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons mis en place un processus d'audit de RSE avant qu'un nouveau fournisseur ne puisse être entré dans notre système.
Établir un processus contrôlé entourant tous les audits effectués avant qu'un fournisseur ne soit entré dans notre système.	<input checked="" type="checkbox"/>	Mise en œuvre d'un processus contrôlé empêchant le recrutement de nouveaux fournisseurs n'ayant pas signé le contrat d'approvisionnement de Loblaw.
Étendre notre programme de RSE et le contrat d'approvisionnement à tous les fournisseurs.	<input checked="" type="checkbox"/>	À la fin de 2009, la grande majorité des fournisseurs de fruits et légumes et de marchandise générale respectaient les modalités du contrat.
Finaliser et mettre en œuvre la politique de Loblaw en matière de produits de la mer durables.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons lancé notre politique d'approvisionnement en produits de la mer durables en mai 2009.
Offrir plus de produits de la mer certifiés par le MSC.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous offrons seize produits certifiés par le MSC.
Étendre notre gamme de produits certifiés équitables.	<input type="checkbox"/>	Nous ne procédons au lancement de tels produits que lorsqu'il y a un intérêt de la part des consommateurs.

OBJECTIFS - 2009	PROGRÈS	RÉALISATIONS
Aider plus de 1 000 organismes par l'entremise de notre programme de subventions aux collègues bénévoles.	<input type="checkbox"/>	Nous avons approuvé 124 demandes de don. Il s'agissait d'un nouveau programme et la participation a été plus faible que prévu.
DONS Verser 4,4 millions de dollars en dons pour appuyer la Fondation pour les enfants <i>le Choix du Président</i> , favoriser des enfants actifs et en santé, nourrir les gens de notre voisinage grâce aux banques alimentaires locales, rendre nos villes plus vertes; soutenir des initiatives communautaires locales; contribuer au Programme de subventions aux collègues bénévoles de Loblaw et poursuivre le programme de commandites de l'entreprise.	<input checked="" type="checkbox"/>	Objectif dépassé : dons totalisant 5,4 millions de dollars.
COMMANDITES 5,25 millions de dollars*	<input type="checkbox"/>	Nous avons remis 4,4 millions de dollars en commandites; le résultat est en-deçà de l'objectif en raison de paramètres plus rigoureux.
* Note : l'objectif publié dans le rapport 2008 était erroné. Il aurait dû se lire 5,25 millions de dollars		
APPORT LOCAL 2,5 millions de dollars.	<input type="checkbox"/>	Les dons ont totalisé 1,473 million de dollars.
Amasser 1 million de dollars dans le cadre de la campagne <i>Donnez un peu, aidez beaucoup</i> .	<input checked="" type="checkbox"/>	Remise de 1 million de dollars au YMCA, à KidSport Canada, au Club des petits déjeuners du Québec, à l'hôpital IWK, à l'hôpital Janeway, à l'hôpital SickKids, au CHEO, au centre London Health Sciences et à d'autres organismes communautaires.
Recueillir 10,9 millions de dollars pour la FECP et d'autres organismes communautaires locaux.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons dépassé notre objectif en amassant 17,07 millions de dollars.
Don de 10 millions de dollars (dont 1 million de dollars à Déjeuner pour apprendre).	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons remis 9,95 millions de dollars.
Étendre notre gamme de produits <i>le Choix du Président Menu bleu</i> , avec notamment davantage de produits à faible teneur en sodium.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous avons procédé au lancement de 56 nouveaux produits.

OBJECTIFS - 2009	PROGRÈS	RÉALISATIONS
S'assurer que les principaux magasins de Loblaw offrant des produits ethniques reflètent les collectivités où ils sont situés.	<input checked="" type="checkbox"/>	Nous donnons à nos collègues la possibilité de déclarer sur une base volontaire s'ils appartiennent à une minorité visible dans le cadre de notre sondage <i>Dire les choses comme elles sont</i> . Cette information, certaines données empiriques et nos efforts accrus pour recruter davantage au sein des communautés culturelles nous permettent de croire que nous avons atteint cet objectif.
Augmenter le pourcentage de femmes à la direction des magasins de 13 % à 15 %.	<input checked="" type="checkbox"/>	Augmentation de 53,7 % du nombre de directrices de magasin comparativement à lorsque nous avons commencé à mesurer nos progrès en ce sens en 2008.
Augmenter le nombre de personnes atteintes d'une déficience physique ou intellectuelle dans nos centres de services aux magasins.	<input checked="" type="checkbox"/>	Les faits nous portent à croire que nous avons atteint cet objectif. Plusieurs de nos magasins font appel à divers organismes communautaires afin de recruter des gens atteints d'une déficience physique ou intellectuelle et nous avons mis de l'avant un programme à cet effet dans nos centres de services aux magasins.

Recrutement et rétention Nous avons testé une trousse d'outils portant sur l'inclusion afin d'aider les recruteurs et les responsables de l'embauche à recruter du personnel reflétant la diversité de nos établissements.

Recruter à l'aide d'organismes locaux ciblés dans les communautés culturelles où sont situés les principaux magasins offrant des produits ethniques. Mettre en œuvre un plan pour recruter et nommer des femmes à la direction de nos magasins ainsi que les retenir conformément à nos objectifs. Identifier et recruter des personnes atteintes d'une déficience physique ou intellectuelle auprès d'organismes leur venant en aide pour combler des postes dans nos centres de services aux magasins.

Augmentation des ventes de produits multiculturels de 2,2 %.

Doubler nos ventes de produits ethniques au cours des deux prochaines années à l'aide d'une offre élargie, de plus de programmes de promotion et d'une plus grande participation aux activités locales des communautés culturelles.

Respecter l'environnement

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

Faire une différence positive dans notre communauté

Refléter les diversités culturelles de notre pays

Être un milieu de travail formidable

OBJECTIFS - 2009

PROGRÈS

RÉALISATIONS

Effectuer des sondages mensuels auprès de différents segments de collègues. Nous avons effectué des sondages mensuels auprès de différents groupes de collègues. Chaque collègue est invité à y participer deux fois par année. Nous avons reçu 148 219 réponses en 2009.

Déploiement à 100 % du fonds d'intervention rapide. Le programme de fonds d'intervention rapide ne fait pas encore partie intégrante de la culture des magasins.

Réduire le taux de roulement de 5 % en 2009. Nous avons amélioré le taux de roulement de 38 % par rapport à 2008.

Former 40 000 collègues. Nous avons formé 41 073 collègues en 2009 grâce aux magasins-écoles.

De plus, 29 473 directeurs de magasin, directeurs de centre de distribution et collègues des bureaux et des centres de services aux magasins ont assisté à des séances de formation dirigées par un instructeur, offertes par le service Apprentissage et formation. En outre, 17 060 cours ont été offerts en ligne par le Centre d'apprentissage virtuel de Loblaw.

Mettre en œuvre une stratégie de santé, sécurité et bien-être. Nous avons mis sur pied un comité consultatif sur le bien-être au travail, défini un énoncé de mission sur le bien-être, établi un cadre en ce sens et dressé une version préliminaire d'un programme de bien-être pour 2010.

Réduire le nombre d'accidents de travail de 15 % au cours des trois prochaines années. Le taux d'accidents a chuté de 17 % par rapport à l'an dernier, notamment dans les centres de distribution et les magasins.

Objectifs et réalisations

Objectif atteint Objectif presque atteint ou en voie de l'être Objectif non atteint ou au stade initial



Respecter l'environnement

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

Faire une différence positive dans notre communauté

Refléter les diversités culturelles de notre pays

Être un milieu de travail formidable

OBJECTIFS - 2010

Sacs en plastique

Maintenir le taux de réduction à la source de l'utilisation des sacs en plastique à 55 % à l'échelle nationale.

Revoir et soutenir les programmes en vigueur dans chaque région de manière appropriée afin de promouvoir les sacs réutilisables.

Réduction des matières résiduelles

Éviter l'enfouissement de 70 % des matières résiduelles générées par les magasins et les centres de distribution à l'échelle nationale.

Éviter l'enfouissement de 80 % des matières résiduelles de l'ensemble des centres de services aux magasins (bureaux). Travailler avec les fournisseurs et les gouvernements provinciaux pour trouver d'autres possibilités de valorisation des matières résiduelles organiques.

Étendre les programmes de valorisation des matières résiduelles organiques aux centres de distribution. Continuer d'étendre les initiatives de biométhanisation avec nos partenaires en acheminant les matières résiduelles organiques vers des usines situées à Ottawa et London, en Ontario.

Bilan carbone

Revoir nos plans d'immobilisations à long terme afin d'établir un objectif réaliste en matière de réduction de notre bilan carbone, objectif qui sera communiqué dans le rapport 2010.

Efficacité énergétique

Réduire la consommation d'électricité des magasins détenus par la société de 1 % par pied carré. Réduire de 1,5 % les émissions de CO₂ associées à la consommation d'électricité. Réduire les fuites de gaz réfrigérants de 5 % comparativement à 2009.

Transport

Améliorer d'un autre 2 % le niveau d'efficacité de la consommation de carburant de la flotte de transport. Augmenter l'économie de carburant en testant et en investissant dans la technologie hybride pour les remorques réfrigérées. Donner de la formation sur l'économie de carburant à tous les conducteurs.

Énergie renouvelable

Réaliser quatre projets pilotes d'énergie solaire en Ontario. Mesurer les résultats de ces projets et établir un plan de déploiement en fonction de ces derniers.

Construction

Continuer à utiliser des critères de construction durable pour orienter la conception et la construction de tous les nouveaux magasins et centres de distribution de Loblaws.

Réduction des emballages

Réduire l'emballage des produits de marque privée de 5 % sur cinq ans. Continuer de retirer les composantes d'emballage non recyclables des produits de marque privée afin d'atteindre un taux de réduction de 50 % d'ici 2013. Établir un objectif quant à l'utilisation de matériaux recyclés dans les emballages des produits de marques contrôlées. Travailler de concert avec les partenaires de l'industrie afin d'établir des paramètres communs pour réduire les emballages et favoriser le recyclage.

le Choix du Président Produit écologique Vert

Lancer six nouveaux concepts en 2010.

Respecter
l'environnement

Faire preuve d'intégrité
en matière d'approvisionnement

Faire une différence positive
dans notre communauté

Refléter les diversités
culturelles de notre pays

Être un milieu
de travail formidable

OBJECTIFS - 2010

Approvisionnement local

Continuer à travailler avec les producteurs canadiens et les gouvernements afin d'accroître encore davantage les ventes de fruits et légumes d'ici. Exécuter les programmes de promotion des fruits et légumes locaux. Élaborer une politique d'approvisionnement auprès de sources canadiennes.

Gestion de la sécurité et de la qualité des produits

Maintenir le processus d'audit des fournisseurs en matière de RSE. Assurer une conformité à 100 %. Continuer à s'assurer que tous les fournisseurs signent le contrat d'approvisionnement de Loblaw et s'engagent à en respecter les modalités. Soumettre les fournisseurs en livraison directe aux modalités du contrat d'approvisionnement. Nous assurer que toutes les usines avec lesquelles nous faisons affaire à l'étranger ont été soumises à un audit de RSE.

Produits de la mer durables

D'ici la fin de 2013, la totalité des produits de la mer de Loblaw proviendront de sources durables. Mettre en place un arbre de décision relativement à l'approvisionnement en produits de la mer. Continuer à surveiller les espèces menacées et élaborer des plans d'action. Élaborer un plan d'action pour le saumon de l'Atlantique d'élevage. Développer des programmes permettant de sensibiliser la clientèle et de recueillir ses commentaires. Doubler le nombre de produits certifiés par le MSC, selon la quantité de nouvelles certifications accordées.

Respecter
l'environnement

Faire preuve d'intégrité
en matière d'approvisionnement

Faire une différence positive
dans notre communauté

Refléter les diversités
culturelles de notre pays

Être un milieu
de travail formidable

OBJECTIFS - 2010

Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FCEP)

Venir en aide à plus de 1500 familles partout au Canada et appuyer 2500 programmes de nutrition. Porter le soutien financier accordé à Déjeuner pour apprendre à 2,6 millions de dollars. Remettre plus de 9,5 millions de dollars aux familles ayant un enfant aux prises avec une déficience physique ou intellectuelle. Établir des liens plus étroits entre la Fondation et les magasins.

Commandites

Verser 3,5 millions de dollars en commandites, incluant les programmes Alpine Canada Alpin et « Save-A-Tape », ainsi que les cartes-cadeaux. Améliorer le programme de cartes-cadeaux afin d'appuyer les activités de levées de fonds et les efforts des organismes à but non lucratif locaux.

Investissement communautaire

Investir 5,4 millions de dollars dans des initiatives nationales liées à nos grands secteurs d'intervention, soit la Fondation pour les enfants le Choix du Président, des enfants actifs et en santé, nourrir les gens de notre voisinage, rendre nos villes plus vertes; l'éducation et la recherche. Développer deux initiatives de concert avec WWF-Canada visant à mobiliser les Canadiens et les amener à poser des gestes favorables à l'environnement. Établir une chaire de recherche en agriculture durable. Renforcer notre engagement à lutter contre la faim au Canada par l'entremise de nos collectes de denrées *Juste un peu plus, ça aide*.

Investissement local

Investir 2,6 millions de dollars dans les initiatives communautaires locales. Créer un partenariat entre chaque magasin et une banque alimentaire locale ainsi que Déjeuner pour apprendre. Mettre 100 000 dollars à la disposition des collègues faisant du bénévolat auprès de bonnes causes au sein de leur collectivité.

Levées de fonds

Verser 15 millions de dollars. Amasser un million de dollars au profit d'organismes à but non lucratif locaux par l'entremise de la campagne *Donnez un peu, aidez beaucoup*. Faire en sorte que la totalité des magasins appuient les banques alimentaires locales.

le Choix du Président Menu bleu

Continuer d'étendre la gamme de produits *le Choix du Président Menu bleu*. Réduire de 10 % la teneur en sodium de 150 produits de marque privée appelés à être reformulés.

OBJECTIFS – 2010

Les gens

Nous assurer que les magasins reflètent les collectivités où ils sont situés en embauchant des gens provenant de la communauté. Nous efforcer d'apprendre le plus possible de T&T Supermarket Inc. Hausser à 25 % le pourcentage des femmes occupant un poste de direction de magasin. Lancer des initiatives dans le cadre du programme Femmes@Loblaw permettant aux femmes occupant des postes de direction de se perfectionner et de réseauter. Embaucher plus de personnes atteintes d'une déficience physique ou intellectuelle. Lancer la trousse d'inclusion à l'échelle nationale.

OBJECTIFS – 2010

Engagement des collègues

Tenir le sondage *Dire les choses comme elles sont* auprès des collègues sur une base mensuelle. Accroître l'engagement des collègues de 2 % par rapport à 2008. Réduire de 5 % le taux de roulement. Reconnaître davantage et récompenser les collègues au moyen de programmes comme *Au-delà du sens du devoir (ABCD)*, visant à reconnaître les collègues qui offrent un excellent service à la clientèle, et celui de la semaine *Un milieu de travail formidable*.

Formation et perfectionnement

Mettre en place l'initiative « Meilleur Leadership en magasin » pour aider les directeurs de magasin à devenir de meilleurs gestionnaires. Nous assurer que le programme national d'orientation est utilisé de la même façon dans les magasins, les centres de distribution et les centres de services aux magasins.

Santé et sécurité

Réduire le nombre d'accidents de travail de 15 % au cours des trois prochaines années. Mettre en place des initiatives axées sur le bien-être conformément au programme de bien-être 2010, incluant l'élaboration d'une stratégie sur trois ans. Célébrer la semaine nationale de santé, sécurité et bien-être.

Respecter l'environnement



Chez Loblaw, nous réalisons qu'en tant que plus important détaillant en alimentation au Canada, nous pouvons faire une réelle différence pour l'environnement, sans pour autant compromettre les activités de l'entreprise.

Nos priorités

- Réduire notre bilan carbone et encourager nos fournisseurs ainsi que nos clients à faire de même
- Réduire la quantité de matières résiduelles aboutissant dans les sites d'enfouissement en adoptant une approche axée sur les trois « R » (réduire, recycler, réutiliser)
- Développer des produits écologiques *le Choix du Président Produit écologique VERT* novateurs pour aider nos clients à réduire leur impact environnemental sans compromis sur l'efficacité

Réduction des matières résiduelles

Depuis 2007, Loblaw cherche à faire en sorte qu'au moins 70 % des matières résiduelles de ses magasins et centres de distribution n'aboutissent pas dans les sites d'enfouissement. Étant donné la taille et la complexité de notre entreprise ainsi que la nature de l'enjeu, le défi est de taille. [En savoir plus](#)

1,3 milliard*

de sacs en plastique en moins dans les sites d'enfouissement depuis 2007.

* En 2009, nos clients ont utilisé 55 % moins de sacs qu'en 2006, notre année de référence.

Réduction des matières résiduelles

Réduction de notre bilan carbone

le Choix du Président Produit écologique Vert

Réduction de notre bilan carbone

Le meilleur moyen pour Loblaw de réduire son bilan carbone et de diminuer ses coûts d'exploitation est de gérer efficacement l'énergie. En 2009, nous avons continué de progresser en améliorant l'efficacité énergétique de nos magasins et de notre flotte de transport, et en favorisant le développement de technologies de production d'énergie renouvelable. [En savoir plus](#)

2 %

d'amélioration du niveau d'efficacité de la consommation du carburant par kilomètre parcouru pour notre flotte de transport

Réduction des matières résiduelles

Réduction de notre bilan carbone

le Choix du Président Produit écologique Vert

le Choix du Président Produit écologique Vert

En avril 2009, Loblaw a célébré le 20^e anniversaire des produits *le Choix du Président* Produit écologique VERT. Depuis 1989, nous proposons des solutions percutantes grâce aux technologies vertes émergentes, afin d'offrir aux Canadiens des choix à la fois efficaces et abordables.

[En savoir plus](#)

44

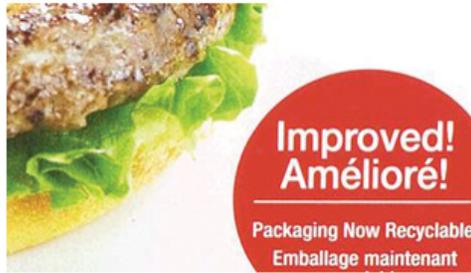
produits *le Choix du Président* Produit écologique VERT sur le marché

Réduction des matières résiduelles

Réduction de notre bilan carbone

le Choix du Président Produit écologique Vert

Réduction des matières résiduelles



Réduction des matières résiduelles

Sacs en plastique

Emballages

Matières résiduelles organiques

1,3 milliard

de sacs en plastique en moins dans les sites d'enfouissement*

69 %

des matières résiduelles récupérées des centres de distribution

58 %

des matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société ont été récupérées

Nos initiatives

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *le Choix du Président Produit écologique Vert*

* Cumulativement, nous avons évité que 1,3 milliard de sacs en plastique n'aboutissent dans les sites d'enfouissement depuis 2007 et en 2009, nos clients ont utilisé 55 % moins de sacs qu'en 2006, notre année de référence.

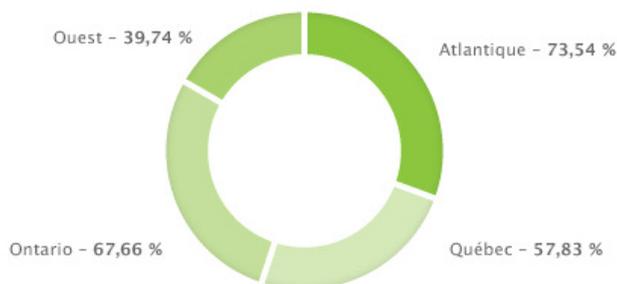
Les matières résiduelles constituent un enjeu majeur pour l'industrie de l'alimentation au détail. Les magasins et les centres de distribution génèrent une importante quantité de matières résiduelles, qu'il s'agisse de denrées qui se gâtent ou excèdent leur durée de conservation, de palettes en bois, d'emballages de plastique et de carton, de bouteilles de verre, de boîtes de conserve ou de sacs en plastique.

Depuis 2007, Loblaw cherche à faire en sorte qu'au moins 70 % des matières résiduelles de ses magasins et centres de distribution n'aboutissent pas dans les sites d'enfouissement. Étant donné la taille et la complexité de notre entreprise, ainsi que la nature de l'enjeu, le défi est de taille. Notre approche consiste à : nous concentrer sur les secteurs où nous pouvons avoir le plus d'impact; réduire, réutiliser et recycler le plus possible; utiliser nos propres marques pour innover et susciter le changement; et collaborer avec les municipalités, le secteur privé et les autres intervenants clés pour développer le marché et les infrastructures nécessaires.

Dans les centres de distribution de l'entreprise, nous avons mis en place un système rigoureux pour suivre les données liées au réacheminement des matières résiduelles, ce qui nous permet d'identifier et de mettre en œuvre des possibilités d'amélioration.

Même si nous nous rapprochons de notre cible, seule la région de l'Atlantique a atteint l'objectif de réacheminer 70 % des matières résiduelles générées par les magasins. Le principal défi pour Loblaw et ses fournisseurs de services en gestion des matières résiduelles est de développer des options de collecte des matières plus accessibles et plus abordables à l'échelle nationale.

Réacheminement des matières résiduelles par région (Magasins détenus par la société)



L'une de nos principales réalisations cette année a été notre campagne de réduction à la source des sacs en plastique. Grâce à l'incroyable réponse de notre clientèle, qui partage notre souci quant à la protection de l'environnement, nous avons atteint notre objectif d'éviter que un milliard de sacs en plastique n'aboutissent dans les sites d'enfouissement. De plus, nos clients ont utilisé 55 % moins de sacs en plastique en 2009 qu'en 2006, notre année de référence.

En 2009, nous nous sommes également penchés sur les façons d'apporter des changements fondamentaux à nos méthodes de gestion des matières résiduelles organiques. Loblaw a en effet conclu des partenariats avec deux usines de biométhanisation, afin de convertir les matières résiduelles organiques de certains magasins en source d'énergie propre.

En outre, nous avons fermement maintenu notre engagement envers le recyclage et la récupération des matières résiduelles, devenus pratiques courantes dans nos centres de distribution et nos magasins. Il y a déjà plusieurs années que nous recueillons le carton ondulé et la pellicule plastique pour les recycler, et nous avons continué en 2009, malgré la chute de la valeur des matières résiduelles de carton ondulé.

Réacheminement des matières résiduelles par région (Centres de distribution)



Le secteur de l'alimentation en général a évolué dans sa gestion des palettes de bois mou traditionnellement utilisées pour l'expédition des produits. Aujourd'hui, l'usage de palettes réutilisables est fortement répandu en Amérique du Nord, et il existe des débouchés pour le recyclage de ce type de palette. Nous avons également des méthodes bien établies pour récupérer plusieurs produits et les acheminer à des banques alimentaires aussi souvent que possible.

Sommaire du réacheminement des matières résiduelles (Magasins détenus par la société)



* Les différentes données n'incluent pas celles de T&T, acquise à la fin de 2009.

En avril 2007, Loblaw s'est engagée à éviter que un milliard de sacs en plastique n'aboutissent dans les sites d'enfouissement dans le but de minimiser la quantité de matières résiduelles qu'elle génère et d'inspirer les Canadiens à agir pour protéger l'environnement. Afin d'instaurer un changement significatif et promouvoir l'utilisation de sacs réutilisables, nous avons pris la décision d'exiger des frais pour les sacs en plastique.

Le 22 avril 2009, les magasins détenus par Loblaw et les magasins franchisés participants ont cessé d'offrir les sacs en plastique gratuitement aux caisses. Nous avons plutôt demandé aux clients d'apporter leurs propres sacs *le Choix du Président Produit écologique VERT* ou autres sacs ou bacs réutilisables, ou de se procurer des sacs en plastique vendus à cinq cents l'unité. En 2009 seulement, cette mesure a mené à une réduction de 55 % de l'utilisation des sacs en plastique distribués par nos magasins.

Avant de procéder à ce changement, nous avons testé diverses approches afin de déterminer les meilleures méthodes pour réduire l'utilisation des sacs en plastique. Nos données ont révélé que les magasins qui vendaient les sacs en plastique à un prix minime distribuaient près de 55 % moins de sacs que ceux qui les offraient gratuitement. Nous sommes cependant toujours sensibles aux particularités des différents contextes d'affaires régionaux, comme celles des provinces de l'Atlantique, et nous sommes prêts à modifier notre approche au besoin pour pouvoir atteindre notre objectif global.

Afin d'encourager les Canadiens à faire davantage pour protéger l'environnement, Loblaw s'est engagée à verser un don corporatif ainsi qu'une partie des profits de la vente des sacs en plastique dans les magasins détenus par la société à WWF-Canada. Réparti sur trois ans, ce don s'élèvera à 3 millions de dollars. Cet argent servira à appuyer le programme national de WWF-Canada, conçu pour aider les Canadiens à réduire leur empreinte environnementale au quotidien grâce à des gestes simples et respectueux de la planète.

Les emballages sont essentiels car ils protègent nos produits afin qu'ils parviennent aux clients dans le meilleur état possible. Nous travaillons fort pour faire en sorte que la quantité et le type d'emballage que nous utilisons soient appropriés.

Au cours des deux dernières années, nous avons procédé à un audit des emballages de nos marques privées dans les secteurs des produits alimentaires, de soins de santé et beauté et de marchandise générale, afin de mieux en connaître chaque composante et d'établir une référence pour déterminer les cibles et les priorités en vue de leur réduction.

À la suite de cet exercice, nous avons établi une cible de réduction de 50 % des emballages non-recyclables de nos marques privées d'ici 2013. Nous travaillons aussi à réduire la quantité totale d'emballage utilisée.

L'atteinte de nos objectifs passe par les éléments suivants :

- Préserver la fraîcheur et la saveur de nos produits
- Protéger nos produits de tout dommage pendant le transport et assurer la sécurité des aliments
- Promouvoir les attributs de nos produits et fournir l'information obligatoire à notre clientèle
- Nous pencher sur l'important volume de produits que nous fabriquons
- Composer avec les différents programmes de recyclage municipaux dans tout le Canada

Nous avons établi des plans d'action bien définis et, avec l'aide de nos fournisseurs, nous sommes déterminés à continuer d'offrir d'excellents produits dans des emballages respectueux de l'environnement.

Réduction du poids des bouteilles d'eau



Nos initiatives

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *le Choix du Président*

Produit écologique Vert

Nos initiatives

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *le Choix du Président*

Produit écologique Vert

Emballages non recyclables

En 2009, nous avons éliminé la cire de plus de 80 % des emballages de carton de nos produits surgelés. Chaque année, 33,7 millions d'emballages de carton prennent maintenant le chemin du recyclage plutôt que celui des sites d'enfouissement.

Nous avons aussi remplacé les contenants à œufs en plastique par des contenants en carton-fibre, et les emballages de biscuits en papier laminé à attaches métalliques par des boîtes en carton plat.

Enfin, nous travaillons de concert avec le Conseil canadien des distributeurs en alimentation pour favoriser la normalisation des matières récupérées et augmenter les types de matières recyclables recueillis par les municipalités canadiennes.

Réduction des emballages

Augmenter les possibilités de recyclage, c'est bien, mais nous savons que c'est la réduction des emballages qui produira le plus de bénéfices à long terme. Nous recherchons activement des façons d'éliminer les composantes d'emballage inutiles et de réduire la quantité des matières utilisées. En 2009, par exemple, nous avons réduit la quantité de résine de plastique utilisée pour nos bouteilles d'eau de 500 ml et leur bouchon. Par cette seule initiative, nous avons éliminé plus de un million de kilogrammes d'emballage par an.

Réduction des matières résiduelles

Sacs en plastique

Emballages

Matières résiduelles organiques

Dans les épiceries, les matières résiduelles organiques englobent les matières résiduelles alimentaires telles que les fruits et légumes périmés ainsi que les résidus et les huiles provenant de la préparation de nourriture en magasin. Ce type de matières résiduelles est facilement compostable.

Chez Loblaw, nous avons établi un processus pour traiter les matières résiduelles organiques. Notre objectif premier est d'en réduire la quantité produite, pour ensuite les valoriser en les compostant ou en générant de l'électricité.

L'un de nos principaux défis a été le nombre limité de possibilités en matière de récupération ou valorisation dans maintes régions du Canada. À ce jour, nous avons obtenu du succès en Ontario, au Québec et en Nouvelle-Écosse en nous associant à des usines de récupération et de valorisation des matières résiduelles organiques. Notre objectif est d'aider à mettre en place des infrastructures dans tout le pays pour rendre cette approche plus accessible et plus abordable.

En 2009, Loblaw a établi des partenariats avec deux entreprises en vue du développement d'usines de biométhanisation, une source d'énergie verte qui sera ensuite vendue au réseau électrique provincial :

- Nous avons conclu un accord avec la firme canadienne à laquelle nous nous étions déjà associés il y a dix ans pour installer des broyeurs afin de récupérer les matières organiques dans plusieurs de nos magasins de l'Ontario. Selon cette nouvelle entente, les résidus d'aliments et le gras des effluents de certains magasins de Loblaw en Ontario et en Colombie-Britannique seront récupérés, traités et envoyés dans des digesteurs afin de produire du biogaz.
- Nous avons signé un accord pour acheminer les matières résiduelles organiques des magasins détenus par la société dans le sud-ouest de l'Ontario à une nouvelle usine de biométhanisation située à London, en Ontario. Les 47 magasins couverts par cette entente devraient acheminer des matières résiduelles organiques pouvant générer la quantité d'électricité consommée annuellement par 225 foyers, et réduire l'équivalent de plus de 300 tonnes de CO₂ par année.

Nos initiatives

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *Le Choix du Président*
Produit écologique Vert

© Les Compagnies Loblaw limitée, 2010

Réduction de notre bilan carbone



Réduction de notre bilan carbone

Efficacité énergétique

Transport

Énergie renouvelable

56 magasins

sont équipés de systèmes de réfrigération à circuits secondaires qui réduisent considérablement les quantités de gaz réfrigérants requises

2 %

d'amélioration du niveau d'efficacité de la consommation du carburant par kilomètre parcouru pour notre flotte de transport

Projets pilotes de production

d'énergie solaire

prévus pour certains magasins en Ontario

Nos initiatives

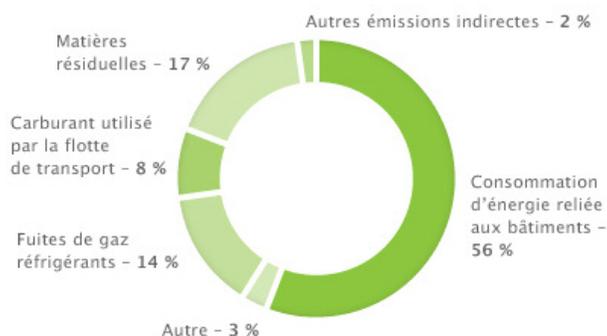
- Surplus de fruits et légumes
- Bouteilles d'eau améliorées
- Centre de distribution de South Surrey
- Sacs réutilisables *le Choix du Président* Produit écologique Vert

Le meilleur moyen pour Loblaw de réduire son bilan carbone et de diminuer ses coûts d'exploitation consiste à gérer efficacement sa consommation d'énergie. En 2009, nous avons continué de progresser en améliorant l'efficacité énergétique de nos magasins et de notre flotte de transport, et en pilotant le développement de technologies de production d'énergie renouvelable.

L'une de nos principales réalisations a été d'établir notre bilan carbone. En 2009, nos émissions de gaz à effet de serre ont totalisé 1 183 828 tonnes. Celles-ci ont été causées principalement par la consommation d'énergie reliée aux bâtiments (électricité, gaz et mazout), les fuites de gaz réfrigérants, le carburant utilisé par la flotte de transport et les matières résiduelles.

Pour déterminer notre bilan carbone, nous avons utilisé une méthode de calcul conçue pour le secteur de l'alimentation au détail, qui respecte le protocole relatif aux gaz à effet de serre du World Resources Institute (WRI). À l'aide de cet outil, nous pourrions mieux comprendre, quantifier et gérer nos émissions de gaz à effet de serre.

Émissions totales de gaz à effet de serre en 2009 (1 183 828 tonnes)



* Ces données ne comprennent pas celles de T&T, acquise à la fin de 2009.

* Ne comprennent pas les fuites de gaz réfrigérants qui ne tombent pas sous la catégorie des gaz à effet de serre.

* Les « autres émissions indirectes » sont associées à celles des transporteurs indépendants.

Le secteur de l'alimentation au détail consomme beaucoup d'énergie, particulièrement en magasin, où il faut de l'énergie pour réfrigérer, chauffer et éclairer. À l'aide du calculateur de bilan carbone du secteur du commerce de détail canadien, nous avons déterminé qu'environ 73 % de notre bilan carbone résulte de l'énergie consommée par nos bâtiments (magasins, centres de distribution et bureaux) et des fuites de gaz réfrigérants utilisés pour maintenir la température des présentoirs de produits réfrigérés et surgelés.

Améliorer l'efficacité énergétique de nos magasins est au cœur de la réduction de notre bilan carbone. Dans bien des cas, cela implique l'essai de nouvelles technologies et le déploiement dans nos nouveaux magasins de celles qui s'avèrent les plus avantageuses au niveau économique et environnemental. Cela implique aussi la modification de certains systèmes et processus dans nos magasins existants afin de faire progressivement place à des améliorations.

Dans plusieurs de nos magasins, nous avons incorporé des systèmes de réfrigération qui réduisent considérablement la consommation de gaz réfrigérants et les fuites qui y sont associées. En 2008, nous avons été les premiers en Amérique du Nord à installer dans un grand supermarché un système de réfrigération à basse température pourvu d'un circuit secondaire utilisant du CO₂. Nous avons mené des projets pilotes dans quatre magasins pour capter toute la chaleur rejetée par le système de réfrigération et la rediriger dans le magasin. Ce système de chauffage et les systèmes à circuits secondaires peuvent entraîner une réduction des besoins en gaz réfrigérants allant jusqu'à 90 % dans ces magasins.

Voici quelques-unes des autres améliorations au chapitre de l'efficacité énergétique apportées à nos magasins, nouveaux ou existants :

- Remplacement des congélateurs à ciel ouvert par des unités munies de portes, réduisant ainsi la quantité d'air froid qui s'en échappe
- Ajout de volets rabattables devant les comptoirs réfrigérés
- Modernisation des systèmes d'éclairage afin d'inclure un éclairage DÉL activé par le mouvement dans les comptoirs réfrigérés et dans les zones à faible affluence
- Installation de systèmes de gestion de l'énergie entièrement automatisés qui réduisent l'utilisation d'éclairage et d'énergie pendant les heures non opérationnelles et garantissent le fonctionnement de tous les systèmes mécaniques, électriques et réfrigérants à leur efficacité maximale

Au sein de notre chaîne d'approvisionnement, le transport des marchandises produit une quantité appréciable d'émissions de dioxyde de carbone dans l'atmosphère. Nous sommes déterminés à nous doter de la flotte de transport utilisant l'approche la plus durable en Amérique du Nord. À cet effet, nous avons amélioré de 2 % notre niveau d'efficacité de la consommation du carburant par kilomètre parcouru au cours de chacune des deux dernières années.

Nous concentrons nos efforts sur les émissions des camions, la résistance au roulement, les nouvelles technologies et la formation des chauffeurs. Voici quelques-unes des initiatives qui ont aidé à réduire l'impact environnemental de notre flotte en 2009 :

Chaufferettes d'appoint – Afin de réduire le temps de marche au ralenti des moteurs durant le chargement et le déchargement des camions, nous avons commencé à installer des chaufferettes d'appoint dans les cabines des tracteurs de façon à garder les chauffeurs au chaud durant les mois d'hiver. Lors du temps de marche au ralenti, ce changement permet de faire passer la consommation d'essence de 4,0 litres à 0,2 litre par heure. Un projet pilote mené à Ottawa a donné lieu à une réduction de 20 % du temps où le moteur des camions participants tournaient au ralenti. Ce programme sera mis en place dans tout le pays en 2010 de façon à continuer de réduire le temps de marche au ralenti.

Remorques à essieux multiples – Nous avons continué d'investir dans les remorques à essieux multiples pour nos principales routes de fret en Ontario et au Québec, ce qui nous permet de tirer plus de poids à l'aide de la même quantité d'énergie. Cette mesure contribue à diminuer le nombre de camions sur les routes, améliorer le niveau d'efficacité de la consommation du carburant et réduire ainsi notre bilan carbone. En 2009 et 2010, nous avons ajouté 40 nouvelles remorques à essieux multiples à notre flotte de transport.

Tests de pneus – Nous avons testé les pneus de type « super single » sur nos flottes de transport de l'Atlantique et du Nord de l'Ontario pendant une période d'un an. Cette nouvelle technologie offre l'avantage de réduire la résistance au roulement, ce qui améliore le rendement du carburant. Au vu des résultats, toutes les nouvelles remorques achetées en 2010 seront équipées de pneus de type « super single ».

Volume par chargement – L'un des nombreux avantages de notre nouveau système de gestion du transport est de permettre d'optimiser le volume de chargement des remorques, réduisant ainsi considérablement le nombre de chargements sur les routes.

Programme de rechapage des pneus – Au lieu d'acheter des pneus neufs, nous rechapons nos vieux pneus quand les bandes de roulement deviennent usées. En 2009, nous avons rechapé 80 % de nos pneus. Ce programme aide à éviter qu'ils n'aboutissent dans les sites d'enfouissement et à réduire la consommation d'huile : produire un nouveau pneu requiert environ 83 litres d'huile, contre 26 pour le rechapage.

Réduction de la limite de vitesse – Nous avons réduit la limite de vitesse maximum de notre flotte de transport afin d'améliorer son efficacité énergétique et réduire l'usure de l'équipement de même que les risques d'accident.

En 2010, nous travaillerons à moderniser notre flotte de transport à l'aide des technologies les plus avancées en matière d'émissions de gaz à effet de serre, de façon à réduire son impact environnemental. Nous sommes aussi à compléter la mise en place d'un système intégré de gestion du transport, qui a considérablement amélioré notre efficacité opérationnelle et réduit le kilométrage parcouru, diminuant ainsi la consommation de carburant et les émissions de gaz à effet de serre.

Nos initiatives

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *Le Choix du Président*
Produit écologique Vert

Nos initiatives

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *Le Choix du Président*
Produit écologique Vert

Au cours des dernières années, nous avons travaillé à identifier des façons d'économiser l'énergie afin de réduire les émissions associées à la consommation d'électricité dans nos diverses installations. Le défi posé par nombre de ces technologies de production d'énergie renouvelable tient à leur coût élevé. Loblaw cherche des solutions de rechange qui soient à la fois socialement et économiquement responsables.

L'énergie solaire

En 2009, nous avons participé au projet ontarien d'énergie photovoltaïque à la suite de l'introduction par le gouvernement provincial du programme de tarifs de rachat garantis destiné à encourager les initiatives d'énergie verte. Ce programme offre des prix stables garantis par des contrats à long terme pour l'énergie générée par des sources renouvelables, telles que la biométhanisation, l'énergie solaire photovoltaïque et l'énergie éolienne.

Selon les premières indications, il s'agirait d'une excellente occasion de développer cette énergie renouvelable de manière économiquement responsable. Nous avons soumis 136 demandes en vertu du programme de tarifs de rachat garantis. En 2010, nous mènerons un projet pilote en installant des panneaux photovoltaïques sur le toit de quatre de nos magasins de l'Ontario (deux produisant 500 kilowatts d'électricité, un produisant 250 kilowatts et un produisant 10 kilowatts).

Le pouvoir éolien

Nous avons installé une éolienne au magasin *Atlantic Superstore* de Porters Lake, en Nouvelle-Écosse, dans le cadre d'un programme pilote destiné à aider à réduire les émissions de dioxyde de carbone et à réaliser des projets de distribution d'énergie.

En collaboration avec Scotian WindFields Inc., nous avons testé la configuration des vents à l'emplacement de ce *Superstore* pendant un an afin de vérifier si elle suffisait à alimenter une éolienne. Celle-ci devrait générer 154 000 kilowattheures d'énergie par an. Le magasin demeurera connecté au réseau électrique, alors que l'éolienne suppléera aux besoins en énergie.

Les résultats de cette initiative nous permettront d'évaluer la faisabilité d'autres projets du même type.

« En Nouvelle-Écosse, les vents constituent une excellente source d'énergie renouvelable. Les projets comme celui du magasin *Atlantic Superstore* de Porters Lake démontrent clairement le potentiel de la technologie éolienne. Que ce soit pour des projets de petite ou grande envergure, cette technologie peut jouer un rôle important dans la réduction de notre dépendance aux sources d'énergie non renouvelables. »

Barry Zwicker
Chef de la direction
Scotian WindFields Inc.

Surplus de fruits et légumes

Bouteilles d'eau améliorées

Centre de distribution de South Surrey

Sacs réutilisables *le Choix du Président*

Produit écologique Vert

Produits *le Choix du Président Produit écologique Vert*



20^e anniversaire

des produits *le Choix du Président Produit écologique VERT*

44 produits

offerts au sein de la gamme

Nos initiatives

- Surplus de fruits et légumes
- Bouteilles d'eau améliorées
- Centre de distribution de South Surrey
- Sacs réutilisables *le Choix du Président Produit écologique Vert*

En avril 2009, Loblaws a fêté le 20^e anniversaire des produits *le Choix du Président Produit écologique Vert*. Depuis 1989, nous proposons des solutions percutantes grâce aux technologies vertes émergentes, afin d'offrir aux Canadiens des choix efficaces à prix abordable. La gamme *le Choix du Président Produit écologique Vert* facilite la tâche des consommateurs quand vient le temps de poser des gestes concrets pour réduire leur bilan carbone.

En 2009, nous avons élargi la gamme *le Choix du Président Produit écologique Vert*, qui contient maintenant 44 produits. L'un de nos nouveaux produits les plus révolutionnaires est la couche *le Choix du Président Produit écologique Vert*. En utilisant de la pâte de bois provenant de forêts gérées de manière durable et en fabriquant nos couches sans agent chloré de blanchiment, nous avons réduit la quantité de produits chimiques nocifs à l'environnement. La doublure hypoallergène ne contient ni parfum, ni teinture.

Toutefois, selon notre équipe de recherche, nous n'avons pas tout à fait atteint le but visé. Celle-ci continue de travailler au remplacement de la plupart des composantes en plastique des couches *le Choix du Président Produit écologique Vert* par des polymères à base de plantes, afin de produire une couche faite de matériaux renouvelables à 100 %.

Voici quelques-uns de nos autres nouveaux produits :

- Détergent pour lave-vaisselle sans phosphates *le Choix du Président Produit écologique Vert* - AMÉLIORÉ
- Détergent à lessive 3x concentré *le Choix du Président Produit écologique Vert* - Eau froide
- Nettoyant polyvalent *le Choix du Président Produit écologique Vert*

« J'ai constaté moi-même le soin minutieux apporté à la création des produits *le Choix du Président Produit écologique Vert* et pour veiller à ce que leur impact environnemental soit substantiellement inférieur à celui de leur équivalent de marque nationale. Ils sont aussi testés pour s'assurer qu'ils soient aussi efficaces. »

Colin Isaacs
Écologiste, chercheur et expert-conseil indépendant
pour *le Choix du Président Produit écologique Vert*

Nos initiatives



Surplus de fruits et légumes

En 2009, Loblaws a commencé à remettre à l'organisme Ontario Christian Gleaners (OCG) d'importantes quantités de fruits et légumes qui, autrement, seraient allés grossir nos matières résiduelles organiques. L'OCG est un organisme à but non lucratif dirigé par des bénévoles qui nettoient, coupent, sèchent, combinent et ensachent les fruits et légumes reçus – dont des oignons, des carottes, des pois, des brocolis, des choux-fleurs, des poivrons, des haricots, des lentilles, des pommes et des poires – pour en faire des mélanges pour soupe et des collations aux fruits des plus nutritifs. L'OCG vient en aide à des organismes de charité reconnus qui distribuent ensuite ces denrées aux plus démunis. Pour de plus amples renseignements à ce sujet, visitez le site www.ontariogleaners.org (en anglais seulement).



Bouteilles d'eau améliorées

Toujours déterminée à proposer aux consommateurs des choix durables, Loblaws, en collaboration avec son fournisseur national Ice River Springs (IRS), veut révolutionner l'industrie de l'eau embouteillée. En effet, nous utiliserons un procédé qui permettra de fabriquer les bouteilles d'eau *le Choix du Président* à partir de plastique polyéthylène téréphtalate (PET) entièrement recyclé, éliminant le recours au plastique neuf du même type.

Dans le cadre de ce nouveau processus, les camions de l'IRS livreront les bouteilles d'eau aux centres de distribution de Loblaws et reprendront les bouteilles usagées en provenance des installations de recyclage municipales. À l'usine d'embouteillage, les bouteilles seront nettoyées, découpées, broyées et purifiées au moyen d'une technologie de pointe, pour former des flocons de plastique polyéthylène téréphtalate (PET) recyclés de calibre alimentaire. Ces flocons de plastique seront ensuite transformés en bouteilles qui réintégreront le cycle de fabrication.

Au-delà de la fabrication de bouteilles, nous croyons qu'en recyclant le PET en matériau d'emballage de calibre alimentaire, l'IRS ouvre la porte à une panoplie de solutions d'emballage novatrices.



Centre de distribution de South Surrey

Notre nouveau centre de distribution (CD) de South Surrey, en Colombie-Britannique, a amorcé un processus s'étalant sur deux ans qui lui permettra de devenir le premier CD de Loblaw à obtenir la certification LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). Parmi les caractéristiques vertes de ces nouvelles installations, notons les suivantes :

- absence ou quantité minimale de composés organiques volatils dans tous les matériaux utilisés à l'intérieur du bâtiment;
- utilisation exclusive de bois approuvé par le Forest Stewardship Council (FSC);
- utilisation de matériaux locaux ou régionaux dans la mesure du possible;
- utilisation de matériaux de construction recyclés dans une proportion de plus de 25 %;
- réacheminement de plus de 75 % des matières résiduelles du site;
- réduction de plus de 30 % de la consommation d'eau;
- installation d'une toiture hautement réfléchissante et d'un équipement mécanique efficace afin d'améliorer le rendement énergétique du bâtiment;
- utilisation d'un éclairage respectueux du ciel nocturne et circonscrit aux limites de la propriété;

La certification LEED est un système international reconnu de référence et d'évaluation des bâtiments durables. L'obtention de cette certification confirme que le projet de construction est responsable sur le plan environnemental, qu'il est rentable et qu'il permet de créer un lieu de travail sain.



Sacs réutilisables *le Choix du Président Produit écologique Vert*

Le sac réutilisable *le Choix du Président Produit écologique Vert* s'est avéré le produit le plus populaire de la gamme en 2009, grâce à la campagne *Apportez-les.*, qui encourage l'adoption des sacs réutilisables. Plutôt que de prendre les sacs en plastique fournis à la caisse, les clients sont invités à apporter leurs propres sacs ou bacs réutilisables de marque *le Choix du Président écologique Vert*, ou autre, ou à se procurer des sacs en plastique vendus au coût de cinq cents l'unité. Une partie des profits provenant de la vente de ces sacs est versée à WWF-Canada afin d'appuyer divers programmes visant à inciter la population à réduire son impact environnemental au quotidien.

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement



Chez Loblaws, l'intégrité en matière d'approvisionnement signifie travailler de concert avec nos fournisseurs pour offrir à nos clients des produits de qualité tout en tenant compte des répercussions économiques, environnementales et sociales. Nous nous sommes engagés à mener nos activités de façon légale, éthique et socialement responsable.

Nos priorités

- Nous approvisionner de manière éthique auprès de fournisseurs canadiens et étrangers partageant nos valeurs et respectant des normes élevées de qualité, d'intégrité et de responsabilité sociale.
- Nous approvisionner localement afin d'appuyer les producteurs canadiens et d'offrir des aliments frais et sains à nos clients.
- Contribuer à la santé et la vitalité de nos sources d'approvisionnement, dont les océans.

Approvisionnement local

En tant qu'entreprise canadienne, Loblaws s'est engagée à soutenir les producteurs d'ici de même que l'économie locale et à offrir des fruits et légumes savoureux récoltés à maturité. L'édition 2009 du programme *C'est de chez nous*, qui a connu un vif succès, a une fois de plus mis les producteurs agricoles locaux à l'avant-plan. [En savoir plus](#)

16 %

d'augmentation des ventes de fruits et légumes dans le cadre du programme *C'est de chez nous* au cours des deux dernières années

Approvisionnement local

Produits de la mer durables

Gestion de la salubrité et de la qualité des produits

Produits de la mer durables

Plus de 70 % de la réserve mondiale de poissons est pleinement exploitée, voire surexploitée. La crise que traversent nos océans nous a amenés à envisager différemment la façon dont nous nous approvisionnons en produits de la mer et à collaborer avec l'industrie de la pêche et les écologistes afin d'assurer l'approvisionnement des générations futures en produits de la mer. [En savoir plus](#)

100 %

des produits de la mer de Loblaws seront issus de sources durables d'ici la fin de 2013

Approvisionnement local

Produits de la mer durables

Gestion de la salubrité et de la qualité des produits

Gestion de la salubrité et de la qualité des produits

Les Canadiens se préoccupent de plus en plus de la salubrité de leurs aliments et de l'origine des produits qu'ils se procurent. Nous partageons ces préoccupations et c'est pourquoi nous avons redoublé de vigilance et de rigueur sur le plan des normes régissant les produits vendus dans nos magasins. [En savoir plus](#)

984

audits de responsabilité sociale ont été menés auprès de nos fournisseurs situés à l'étranger en 2009.

Approvisionnement local

Produits de la mer durables

Gestion de la salubrité et de la qualité des produits

Approvisionnement local



16 %

d'augmentation des ventes de fruits et légumes locaux lors du programme *C'est de chez nous* au cours des deux dernières années

100

relations d'affaires établies avec des producteurs locaux entre les saisons des récoltes de 2008 et de 2009

C'est de chez nous^{MC}

En tant qu'entreprise canadienne, Loblaws s'est engagée à soutenir les producteurs d'ici ainsi que l'économie locale, de même qu'à offrir aux Canadiens toute la saveur des fruits et légumes récoltés à maturité. Nous collaborons avec plus de 400 producteurs canadiens, dans certains cas depuis plus de 40 ans. Nous élargissons continuellement l'éventail des fruits et légumes cultivés à proximité de nos magasins et veillons à en faire la promotion.

L'édition 2009 du programme *C'est de chez nous*, qui a connu énormément de succès, a une fois de plus mis les producteurs locaux à l'avant-plan pendant la saison des récoltes. Dans le cadre de ce programme, environ 40 % des fruits et légumes offerts dans les magasins de Loblaws en juillet et en août provenaient de producteurs canadiens. En magasin, l'affichage a permis d'identifier clairement les produits faisant partie du programme *C'est de chez nous*.

Devant le succès de ce programme en 2009, nous avons augmenté les livraisons provenant directement de la ferme. Cela signifie qu'un grand nombre de produits sont arrivés en magasin au même moment que dans les marchés publics. Nous avons également mis les producteurs en vedette dans nos messages publicitaires et nos circulaires et avons amélioré les étalages ainsi que le matériel de promotion en magasin afin de sensibiliser les clients et les inciter à acheter des produits d'ici.

Au cours des deux dernières années, le programme *C'est de chez nous* a permis d'augmenter de plus de 16 % les ventes de fruits et légumes pendant la saison des récoltes.

Nos initiatives

- Projet d'aide aux producteurs de Vineland
- Arbres de Noël cultivés au Canada
- Audits de salubrité alimentaire des producteurs
- Produits certifiés par le MSC
- Aquaculture responsable

Produits de la mer durables



100 %

de nos produits de la mer proviendront de sources durables d'ici la fin de 2013

16

produits certifiés par le MSC offerts dans nos magasins, le plus grand nombre parmi tous les détaillants canadiens

Plan d'action sur
12 mois
axé sur le changement

Nos initiatives

Projet d'aide aux producteurs de Vineland
Arbres de Noël cultivés au Canada
Audits de salubrité alimentaire des producteurs
Produits certifiés par le MSC
Aquaculture responsable

Politique sur les produits de la mer durables

Les océans sont confrontés à une crise sans précédent, plus de 70 % de la réserve mondiale de poissons étant pleinement exploitée ou surexploitée. (Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). Cette situation nous a amenés à envisager différemment la façon dont nous nous approvisionnons en produits de la mer et à collaborer avec l'industrie de la pêche, les écologistes et les scientifiques afin d'assurer la survie des poissons et fruits de mer pour les générations futures.

En 2009, Loblaw a lancé une politique exhaustive en matière d'approvisionnement en produits de la mer issus de la pêche durable, en s'engageant à s'approvisionner exclusivement auprès de sources durables d'ici la fin de 2013. Cet engagement s'applique à tous les produits en conserve, surgelés, frais, sauvages et d'élevage. Il concerne l'ensemble de notre entreprise et vise non seulement nos marques privées, mais aussi toutes les marques nationales, dans toutes les catégories.

Au fur et à mesure que nous identifierons des espèces comme étant menacées, nous cesserons temporairement de les vendre et ne les proposerons de nouveau qu'après avoir trouvé des sources d'approvisionnement durables certifiées par un organisme indépendant.

Le plan d'action de Loblaw des 12 prochains mois comprend les étapes suivantes :

- Évaluer toutes les sources de produits de la mer en vue de dresser un plan de mise en œuvre sur quatre ans
- Revoir notre chaîne d'approvisionnement quant aux produits de la mer de marque privée en vue d'autres audits de notre conformité aux normes du MSC
- Identifier les sources qui ne présentent aucune possibilité d'amélioration et que l'on devra cesser d'utiliser ou abandonner progressivement, et ce le plus tôt possible, selon les résultats de notre évaluation
- Confirmer les décisions découlant de notre politique et les communiquer à nos fournisseurs, distributeurs, collègues et franchisés, ainsi qu'à la clientèle, au grand public et aux autres intervenants externes concernés

Afin de respecter cet engagement, Loblaw travaillera de concert avec WWF-Canada, le MSC ainsi que des experts en pêche et en océanographie, sans oublier les écologistes. Nous avons également augmenté le nombre de produits de la mer surgelés provenant de sources durables et offrons actuellement 16 produits certifiés par le MSC, soit le plus grand nombre proposé par un détaillant canadien, et nous prévoyons élargir cette offre au fur et à mesure que d'autres sociétés de pêche obtiennent la certification d'entreprise durable.

Autres liens

Politique en matière d'approvisionnement en produits de la mer durables (PDF 844KB)

« Cette politique constitue l'une des mesures les plus audacieuses et les plus exhaustives jamais mises de l'avant par un détaillant en alimentation au Canada, voire au monde. Une fois en vigueur, une telle politique contribuera grandement à assurer le bien-être de nos océans et de la vie marine; elle deviendra un bon exemple à suivre pour les autres détaillants. »

Gerald Butts
Président et chef de la direction,
WWF-Canada

Gestion de la salubrité et de la qualité des produits



984

audits de responsabilité sociale menés auprès des fournisseurs situés à l'étranger

1^{er}

détaillant canadien à endosser la Global Food Safety Initiative

864

usines ont été jugées conformes aux normes de RSE

Nos initiatives

- Projet d'aide aux producteurs de Vineland
- Arbres de Noël cultivés au Canada
- Audits de salubrité alimentaire des producteurs
- Produits certifiés par le MSC
- Aquaculture responsable

Normes s'appliquant aux fournisseurs

Les Canadiens se préoccupent de plus en plus de la salubrité de leurs aliments et de l'origine des produits qu'ils se procurent. Nous partageons ces préoccupations et c'est pourquoi nous avons redoublé de vigilance et de rigueur sur le plan des normes régissant les produits vendus dans nos magasins.

Loblaw a été le premier détaillant canadien à s'inscrire à la Global Food Safety Initiative (GFSI), une exigence minimale qui deviendra obligatoire pour les fabricants de produits alimentaires en 2011. Chaque année, tous les fournisseurs seront soumis à une vérification rigoureuse effectuée par un tiers indépendant en vue d'établir une nouvelle norme en matière de gestion de la salubrité et de la qualité au sein de l'industrie de l'alimentation au Canada.

Dans le but d'informer les fournisseurs au sujet des normes à respecter pour travailler avec notre entreprise, nous avons fait parvenir en 2009 un contrat d'approvisionnement stipulant les normes et conditions à respecter à tous nos fournisseurs de produits alimentaires, de fruits et légumes et de marchandise générale. Les fournisseurs, existants et nouveaux, qui voudront faire affaire avec Loblaw devront remplir et signer ce document.

À la fin de 2009, la majeure partie des fournisseurs de fruits et légumes et de marchandise générale ont été considérés comme respectant les normes et conditions générales de Loblaw. Les fournisseurs de produits alimentaires ont reçu le contrat vers la fin de 2009 et un suivi sera effectué en 2010. Dans le cadre de ce processus, environ 10 % de nos fournisseurs identifiés comme étant non conformes ont été mis de côté.

Ces conditions générales prévoyaient également des audits de RSE de nos fournisseurs directs situés à l'étranger, notamment de leurs usines de fabrication, moulins et installations de conditionnement et de culture. Tout au long de 2009, des cabinets indépendants de vérification ont inspecté, à la demande de Loblaw, 984 usines pour s'assurer que les produits qui y étaient fabriqués l'étaient de façon socialement responsable, c'est-à-dire en l'absence de harcèlement, de mauvais traitements infligés à des enfants et de travail forcé, appliquant un système équitable de rémunération et d'avantages sociaux et respectant les normes d'hygiène et de sécurité stipulées par la réglementation en vigueur.

De ce nombre :

- 114 usines ont dû élaborer un plan d'action afin d'apporter les correctifs appropriés et se soumettre à un autre audit six mois plus tard;
- 6 usines ont été mises de côté car elles ne répondaient pas aux normes de RSE de Loblaw.

Nos initiatives



Projet d'aide aux producteurs de Vineland

La plupart des pêches et des nectarines dont se régalaient les clients de l'est du Canada proviennent de Vineland, en Ontario. En collaboration avec les producteurs de Vineland, nous avons lancé un projet pour les aider à concurrencer efficacement les fournisseurs étrangers. L'équipe dédiée à ce projet a pour objectif d'innover sur le plan des produits et de leur emballage afin d'améliorer les caractéristiques privilégiées par les clients, améliorer les étalages et promouvoir les fruits locaux.



Arbres de Noël cultivés au Canada

Afin de soutenir les agriculteurs de l'Ontario et du Québec, tout en encourageant les clients à appuyer eux aussi l'agriculture locale, nous avons offert pour les Fêtes 2009 les nouveaux sapins Fraser *le Choix du Président*, de 1,83 à 2,44m de haut. Renommés pour leur vert intense ainsi que leurs aiguilles fourniees et durables, ces arbres de première qualité ont tous été cultivés au Canada.



Audits de salubrité alimentaire des producteurs

Bien que notre objectif soit de travailler avec le plus grand nombre possible de producteurs canadiens, nous insistons également pour que ceux-ci satisfassent aux normes de qualité élevées de Loblaw pour pouvoir vendre leurs produits dans nos magasins. À ce jour, 300 producteurs canadiens ont fait l'objet d'audits menés par des tiers en vue d'évaluer des critères comme les procédures d'hygiène et de salubrité, l'eau potable, les autres activités de production, les procédures de contrôle de la vermine, le traitement des eaux usées et les politiques relatives aux visiteurs. En fin de compte, tous les producteurs devront se soumettre à ces audits de la salubrité alimentaire pour faire affaire avec Loblaw.

Nous avons également une équipe interne de 61 collègues responsables de l'assurance de la qualité dont la mission consiste à évaluer les fruits et légumes livrés à nos centres de distribution. Cette équipe vérifie les caractéristiques comme la couleur, la taille, le goût et la fermeté pour s'assurer que les produits sont conformes aux spécifications et normes de qualité de Loblaw.



Produits certifiés par le MSC

Loblaw s'est engagée à offrir des choix durables aux consommateurs et c'est pourquoi nous ne cessons d'élargir notre éventail de produits certifiés par le MSC (Marine Stewardship Council) au fur et à mesure que de nouveaux produits sont disponibles.

En 2009, nous comptons 16 produits certifiés par le MSC. Parmi les récents ajouts à cette liste, on notera le Thon sauvage en mini portions *le Choix du Président Menu bleu*, les Croquettes de saumon sauvage kéta *le Choix du Président Menu bleu* et les Filets de saumon sauvage kéta en croûte *le Choix du Président Menu bleu* (offerts en deux saveurs).

Jusqu'à maintenant, le MSC est le seul système de certification qui réponde à toutes nos attentes en matière de produits de la mer d'origine sauvage, possède une portée mondiale et soit approuvé par les principaux organismes de conservation à l'échelle internationale. Le MSC utilise des normes élevées, axées sur la performance. Son éco-label constitue une source de certification crédible et établie, garantissant la conformité des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement et contribuant à sensibiliser les consommateurs. Outre le MSC, nous continuerons à évaluer comment d'autres organismes semblables peuvent répondre à nos attentes, tout en tenant compte des commentaires des différents intervenants et des conseillers scientifiques.



Aquaculture responsable

Le saumon d'élevage est le produit de la mer frais le plus vendu dans les magasins de Loblaw. Conformément à notre engagement de nous approvisionner auprès de sources durables, nous appuyons les dialogues sur l'aquaculture de notre partenaire, WWF-Canada. À l'occasion de ces tables rondes, pisciculteurs, détaillants, organisations non gouvernementales (ONG), chercheurs et autres intervenants de l'industrie de l'aquaculture partout dans le monde se rassemblent pour définir des méthodes d'aquaculture appropriées. En appliquant des normes d'industrie claires, certifiées par un tiers, nous voulons minimiser les principales incidences environnementales et sociales de l'aquaculture.

Faire une différence positive dans notre communauté



Nous sommes fiers de nos racines canadiennes et avons à cœur de favoriser la croissance de notre pays. Grâce à son vaste réseau de magasins d'alimentation partout au pays, Loblaw joue un rôle de premier plan dans l'alimentation des gens d'ici. Mais ce n'est pas tout. Nous créons également de l'emploi et soutenons l'économie locale, nous contribuons généreusement aux programmes communautaires et nous participons aux activités d'organismes à but non lucratif et autres événements locaux.

Nos priorités

- Soutenir généreusement les programmes communautaires qui correspondent aux principaux axes que sont la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*; des enfants actifs et en santé, nourrir les gens de notre voisinage, rendre nos villes plus écologiques, notre programme de subventions aux collègues bénévoles; et l'éducation et la recherche.
- Encourager les magasins et collègues de Loblaw à s'impliquer auprès d'organismes à but non lucratif locaux.
- Aider la clientèle à choisir des aliments plus sains en lui proposant des repas santé.

Retombées économiques

Nous sommes largement reconnus comme étant un grand détaillant de produits alimentaires et de marchandise générale. Mais nous injectons également chaque année des millions de dollars dans l'économie canadienne en tant que l'un des plus importants employeurs du secteur privé et l'un des plus importants acheteurs de biens et services d'ici. [En savoir plus](#)

Plus de

138 000

collègues travaillent dans les magasins détenus par la société et franchisés.

Retombées économiques

Soutien à nos collectivités

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

Soutien à nos collectivités

Nous croyons que le don de temps, d'argent et de ressources contribue à bâtir des collectivités plus fortes et qu'il est essentiel à la réussite à long terme de l'entreprise. Nous appuyons de nombreux organismes à but non lucratif à l'échelle nationale, régionale et locale. [En savoir plus](#)

24 millions \$

remis à des organismes locaux par l'entreprise, nos magasins, leurs collègues, nos franchisés, leurs employés et notre clientèle.

Retombées économiques

Soutien à nos collectivités

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

Loblaw a créé la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP) pour permettre à ses collègues, franchisés et leurs employés d'aider les familles des collectivités où sont situés nos magasins. La FECP vient en aide aux enfants aux prises avec une déficience physique ou intellectuelle en éliminant certains obstacles qui rendent leur quotidien plus difficile. À titre de principal commanditaire national de Déjeuner pour apprendre, nous aidons à faire en sorte que les enfants aillent à l'école le ventre plein et la tête disposée à apprendre.

[En savoir plus](#)

1 649

familles ont bénéficié de dons de la FECP en 2009.

Retombées économiques

Soutien à nos collectivités

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

Retombées économiques



Chiffre d'affaires en 2009 de

30 735
millions \$

Bénéfice net en 2009 de

656
millions \$

1 029

magasins détenus par la société et franchisés d'un océan à l'autre

Nos initiatives

Imagine
Maple Leaf Gardens
Banques alimentaires
Arbres Canada
Céréales *le Choix du Président*
Menu bleu

Nous sommes largement reconnus comme étant un grand détaillant de produits alimentaires et de marchandise générale. Mais nous injectons également chaque année des millions de dollars dans l'économie canadienne en tant que l'un des plus importants employeurs du secteur privé et l'un des plus importants acheteurs de biens et services d'ici. Voici d'autres exemples de la contribution de Loblaw à la prospérité du pays en 2009 :

- Plus de 138 000 collègues employés à temps plein ou à temps partiel;
- Formation de plus de 40 000 collègues dans nos magasins-écoles;
- Injection de 1 067 millions de dollars en dépenses d'immobilisations.

Soutien à nos collectivités



Plus de
1 %

des bénéfices avant impôts remis à des organismes à but non lucratif, ce qui a mérité à Loblaw le titre d'Entreprise généreuse de Imagine Canada

3 millions \$

en dons seront remis à WWF-Canada sur trois ans dans le cadre de notre projet de réduction à la source des sacs en plastique

1 millions \$

recueillis en magasin lors de la campagne *Donnez un peu, aidez beaucoup* pour appuyer les organismes à but non lucratif locaux

Nos initiatives

Imagine
Maple Leaf Gardens
Banques alimentaires
Arbres Canada
Céréales *le Choix du Président*
Menu bleu

Nous croyons que le don de temps, d'argent et de ressources contribue à bâtir des collectivités plus fortes et qu'il est essentiel à la réussite à long terme de l'entreprise. En 2009, Loblaw ainsi que ses clients, collègues, franchisés et leurs employés ont donné plus de 24 millions de dollars à des œuvres, programmes et organismes à but non lucratif partout au pays.

L'aide que nous apportons s'articule autour des grands axes suivants, tant sur les plans national, régional que local : la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*; des enfants actifs et en santé; nourrir les gens de notre voisinage; rendre nos villes plus écologiques; notre programme de subventions aux collègues bénévoles; l'éducation et la recherche.

Nous offrons à nos magasins les ressources nécessaires pour financer divers projets au sein de leur collectivité. Les collègues des magasins décident de l'attribution des fonds en fonction des besoins. En 2009, nous avons remis 1,45 million de dollars à diverses initiatives locales.

Le programme de subventions aux collègues bénévoles invite les collègues à demander un don de 500 \$ pour l'organisme auquel ils consacrent au moins 40 heures de bénévolat par an. La notoriété de ce programme relativement nouveau ne cessant de croître, le taux de participation a considérablement augmenté, soit de plus de 50 % en 2009. Notre objectif est d'aider chaque année plus de 1 000 organismes.

Parmi les organismes et programmes ayant bénéficié des levées de fonds et des dons corporatifs de Loblaw, on peut citer WWF-Canada, Banques alimentaires Canada, Arbres Canada, Le Sentier transcanadien, l'hôpital SickKids, l'IWK Health Centre, la Fondation Janeway (Janeway Children's Hospital Foundation), les clubs de lecture et de course KidsFest, la campagne YMCA pour nos enfants, la Fondation communautaire de Toronto/Toronto Foundation for Student Success (programme Beyond 3:30), le programme d'échange de repas Trick or Eat, NSTEP, la Tablée des chefs et le Club des petits déjeuners du Québec.

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*



8,9 millions \$

versés à 1 649 familles canadiennes

1 millions \$

remis au programme Déjeuner pour apprendre

Créée il y a 20 ans, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP) permet à nos magasins, collègues et franchisés ainsi qu'à leurs employés de venir en aide aux familles des collectivités où se trouvent nos magasins. L'une des plus importantes fondations parrainées par une entreprise au Canada, la FECP a pour mission d'aider les enfants aux prises avec une déficience physique ou intellectuelle en éliminant certains obstacles qui rendent leur quotidien si difficile.

En 2009, la FECP a remis 8,9 millions de dollars à plus de 1 649 familles canadiennes. Ces dons ont servi surtout à l'achat d'équipement ou de véhicules adaptés, à des soins favorisant le développement, à des traitements de physiothérapie, au financement de séjours en camps de vacances, à l'aménagement du domicile et à des soins de relève.

La FECP a également remis 1 million de dollars à Déjeuner pour apprendre afin de soutenir plus de 2 900 programmes de nutrition dans des écoles partout au pays. Ceci fait de la FECP le principal commanditaire national de Déjeuner pour apprendre. À Terre-Neuve-et-Labrador, le programme Déjeuner pour apprendre est tenu en collaboration avec la fondation Kids Eat Smart. Au Québec, Déjeuner pour apprendre alloue des fonds qui sont administrés par le Club des petits déjeuners, en plus de financer directement d'autres programmes dans cette province.

<http://www.breakfastforlearning.ca/fr>

Les montants versés par la FECP proviennent de dons corporatifs de Loblaw, de dons de ses fournisseurs et de diverses campagnes de levées de fonds menées par nos magasins, nos centres de distribution, nos centres de services aux magasins et nos collègues. Par exemple :

- Une campagne en magasin a permis de recueillir plus de 3,6 millions de dollars grâce à la générosité de nos clients et de nos collègues. C'est 90 % de plus que l'an dernier.
- La campagne de dons à la source de nos collègues a permis de recueillir plus de 1,4 million de dollars. Chaque magasin, chaque centre de services aux magasins et chaque centre de distribution a été invité à remplir un formulaire de déduction à la source et à organiser des événements visant à recueillir des dons en argent. Carnavals, sessions d'entartage, journées denim, déjeuners pour le personnel, soupers spaghetti, aucun effort n'a été ménagé.

Nos initiatives

Imagine
Maple Leaf Gardens
Banques alimentaires
Arbres Canada
Céréales *le Choix du Président*
Menu bleu

Manger plus sainement



56

produits nouveaux et améliorés *le Choix du Président Menu bleu* en 2009

50+

produits de marque privée dont la teneur en sodium a été réduite

sans arachide

lancement d'une version sans arachide de produits de marque *le Choix du Président* populaire et d'un logo sur les emballages et les affiches en magasin

Nos initiatives

Imagine
Maple Leaf Gardens
Banques alimentaires
Arbres Canada
Céréales *le Choix du Président Menu bleu*

Bien manger commence avec des légumes, des fruits, de la viande, des grains entiers et des produits laitiers à la fois frais et sains. Loblaw propose un éventail complet d'aliments sains convenant à tous les styles de vie et à tous les régimes alimentaires. Nous croyons que nous pouvons jouer un rôle clé dans la recherche de solutions au problème croissant de l'obésité et à son impact sur notre système de santé. Un des moyens les plus efficaces d'y parvenir consiste à rendre une alimentation saine à la fois plus simple et plus abordable.

Notre gamme de produits *le Choix du Président Menu bleu*, qui compte actuellement plus de 400 produits, est l'une des plus importantes marques de produits plus santé au Canada. Chaque produit est conçu pour être plus sain que son équivalent *le Choix du Président*, à un prix tout aussi avantageux. Les produits sont mis au point par des concepteurs dévoués, conformément aux rigoureuses normes nutritionnelles *Menu bleu*, établies par une équipe de chercheurs en nutrition, de diététistes et de nutritionnistes selon les directives du *Guide alimentaire canadien*. Pour qu'un produit puisse faire partie de la gamme *Menu bleu*, il doit satisfaire à au moins un des critères nutritionnels suivants : plus de gras polyinsaturés oméga-3, plus de fibres, moins de calories, moins de gras, contenant des protéines de soya ou moins de sodium, soit autant de facteurs essentiels à une saine alimentation.

Bien qu'auparavant l'accent était mis sur les produits légers plus faibles en gras, on privilégie dorénavant les aliments fonctionnels, qui peuvent aider les consommateurs à atteindre leurs objectifs santé. En 2009, nous avons commencé à proposer des produits contenant de l'inuline prébiotique. Les prébiotiques stimulent la croissance de bactéries saines dans l'intestin, un facteur contribuant au maintien d'une bonne santé. Nous avons également enrichi notre gamme de produits à faible teneur en sodium et sans sel ajouté, dont nos soupes prêtes à servir. Pour en savoir plus, consultez l'édition 2009 du *Journal Trouvailles Santé le Choix du Président*.

En 2009, nous avons organisé la deuxième édition du *Défi Manger santé*. Dix participants provenant des quatre coins du pays ont suivi les plans de menus *Menu bleu*. Tout au long de leur démarche, ils ont été épaulés par une diététiste. Ils ont également consigné leurs réussites et leurs défis sur le site Web *le Choix du Président* (www.pc.ca). Ces participants ont appris comment contrôler les portions, équilibrer les nutriments et bien planifier les collations.

« Nous sommes d'avis que de simples petits pas sont la meilleure façon de changer nos habitudes pour manger plus sainement et vivre mieux, tout en respectant son budget. Manger plus sainement n'a pas à être compliqué ou dénué de saveur. Nous avons travaillé fort pour nous assurer que les produits *le Choix du Président Menu bleu* offrent une gamme croissante de produits pratiques et polyvalents. Personne ne devrait être obligé de sacrifier ses mets préférés au nom d'un style de vie plus sain. »

Marie Breton
Diététiste

Nos initiatives



Imagine

En 2009, Loblaws a été désignée Entreprise généreuse dans le cadre du programme Imagine Canada en remettant plus de 1 % de son bénéfice avant impôts à des organismes à but non lucratif. Nous adhérons également aux principes et aux normes établis par Imagine Canada en matière d'investissement communautaire et reconnaissons qu'il y a de notre intérêt de contribuer à la prospérité, la santé et la qualité de vie des collectivités au sein desquelles nous exerçons nos activités.

www.imaginecanada.ca/fr



Maple Leaf Gardens

Loblaws s'est associée à l'Université Ryerson pour transformer une partie du Maple Leaf Gardens de Toronto en installations sportives, récréatives et de vente au détail. Ce projet de réaménagement comprendra la construction d'un supermarché de 70 000 pieds carrés, un magasin *Joe Style frais* indépendant ainsi que divers autres commerces connexes. Nous nous sommes également engagés à amasser 20 millions de dollars en collaboration avec l'Université Ryerson dans le cadre d'une campagne de financement conjointe et à verser une contribution de 5 millions de dollars. Dans le cadre du programme Plan d'action économique du Canada, le Gouvernement du Canada versera quant à lui une subvention de 20 millions de dollars à l'Université Ryerson. Ce projet vise à revitaliser cet édifice historique de Toronto, à créer des emplois et à apporter des avantages à long terme pour les étudiants de l'université et les membres de la collectivité locale.



Arbres Canada

En 2009, Loblaws a remis 10 000 \$ à Arbres Canada afin de compenser les émissions de carbone générées par nos déplacements en avion à l'occasion de notre rencontre nationale donnant le coup d'envoi à l'année. Nous avons également fait un don de 150 000 \$ pour financer la plantation de 50 000 arbres indigènes dans l'ensemble du pays dans le cadre de la promotion des sapins Fraser *le Choix du Président* à Noël.

<http://www.arbrescanada.ca>



Banques alimentaires

Depuis de nombreuses années, nous aidons les banques alimentaires locales dans l'ensemble du pays, grâce à nos collectes de denrées alimentaires en magasin. Nous avons également donné des cartes-cadeaux aux banques alimentaires pour leur permettre d'acheter les produits dont elles avaient le plus besoin.

En 2009, nous avons tenu une campagne intitulée *Juste un peu plus, ça aide!*, avec pour objectif d'amasser 900 kilos de denrées alimentaires et 1 million de dollars. Afin d'atteindre cet objectif, Loblaw s'est associée à Banques alimentaires Canada, un organisme caritatif national qui représente un regroupement de banques alimentaires dans l'ensemble du Canada. Selon Banques alimentaires Canada, près de 800 000 personnes au pays, dont 37 pour cent sont des enfants, font appel chaque mois à une banque alimentaire. L'organisme a également constaté que les banques alimentaires canadiennes affichent une hausse considérable du nombre de gens recourant à leurs services.

Cette collecte de denrées alimentaires a eu lieu en deux temps, soit au printemps et en décembre, dans environ 1 000 magasins de Loblaw au pays. À cette occasion, les clients ont été invités à acheter ou à apporter des produits non périssables nutritifs et à les déposer dans les bacs prévus à cet effet en magasin, ou à faire un don en argent à la caisse ou en ligne. En magasin, les clients pouvaient voir le logo *Juste un peu plus, ça aide!* en tablettes et repérer facilement les articles les plus en demande. Le logo apparaissait également sur des affiches placées à l'entrée des magasins, sur des étalages, sur les bacs et aux caisses afin d'encourager la clientèle à faire des dons.

Cette campagne a permis de regarnir les réserves des banques alimentaires grâce à des dons de 500 000 kilos de denrées et 1,2 million de dollars en argent. La totalité des denrées et 70 pour cent des dons en argent recueillis ont été versés directement à la banque alimentaire à laquelle le magasin était associé, le 30 pour cent restant étant remis à Banques alimentaires Canada pour appuyer les programmes provinciaux venant en aide aux banques alimentaires régionales. Loblaw a également remis 250 000 \$ au Système national de partage des aliments de Banques alimentaires Canada.

« La campagne *Juste un peu plus, ça aide!* de Loblaw est l'occasion idéale pour la clientèle de venir en aide à leur banque alimentaire locale. Nous sommes très reconnaissants envers Loblaw et ses franchisés pour leur investissement et leurs efforts pour contrer la faim au pays. »

Katharine Schmidt
Directrice générale
Banques alimentaires Canada



Céréales le Choix du Président Menu bleu

Les céréales ont été très populaires en 2009. Les clients nous ont dit qu'ils mélangeaient leurs céréales granola avec nos Flocons de son le Choix du Président Menu bleu. Fidèles à la philosophie le Choix du Président, nous avons donc décidé de leur faciliter la tâche en combinant les deux dans nos toutes nouvelles céréales Fibres et flocons de son le Choix du Président Menu bleu.

En 2009, nous avons également lancé nos premières céréales protéinées. Les céréales Victoire le Choix du Président Menu bleu constituent un moyen pratique de se concocter un petit déjeuner contenant 13 grammes de protéines. Commodity fut également le mot d'ordre lorsque nous avons lancé les premières céréales surgelées le Choix du Président. Nos céréales Avoine découpée le Choix du Président Menu bleu avec amandes et arôme de vanille ou bleuets sauvages sont une excellente façon de profiter des bienfaits de l'avoine en un rien de temps. Tous ces produits se sont ajoutés à l'éventail déjà très vaste des céréales le Choix du Président Menu bleu, qui comprend notamment notre produit vedette, les Céréales granola avec Oméga-3 le Choix du Président Menu bleu.

Refléter les diversités culturelles de notre pays



Venant des quatre coins de la planète, les Canadiens incarnent la diversité du monde. Loblaws reconnaît que sa diversité est une source de fierté et de dynamisme pour le pays. Nous voulons que cette vision se reflète dans les produits que nous vendons, les personnes que nous recrutons et la culture de travail que nous créons.

Nos priorités

- Refléter la diversité des collectivités où nos magasins sont situés dans les produits que nous vendons et dans les collègues qui servent notre clientèle.
- Créer un environnement de travail inclusif et respectueux qui valorise la diversité des points de vue, de l'expérience, des compétences, des orientations et des aptitudes de nos collègues.



Nous sommes canadiens
[Lancer la vidéo](#)

Nos magasins

Loblaws s'efforce de répondre aux besoins de tous les Canadiens et a d'ores et déjà lancé de nombreux produits nouveaux et uniques reflétant l'évolution de la mosaïque culturelle de notre pays. [En savoir plus](#)

2,2 %

d'augmentation de la part du marché des produits multiculturels.

Nos magasins

Nos collègues

Nos collègues

Nous croyons fermement aux avantages qu'une main-d'œuvre diversifiée peut nous apporter, en nous aidant notamment à mieux comprendre et satisfaire les besoins des clients et en apportant de nouveaux points de vue et des solutions novatrices aux défis commerciaux auxquels nous sommes confrontés. [En savoir plus](#)

53,7 %

d'augmentation du nombre de femmes nommées à la tête d'un magasin.

Nos magasins

Nos collègues

Nos magasins



Acquisition de T&T Supermarket Inc.,

le plus important

détaillant canadien de produits alimentaires asiatiques

Augmentation de

2,2 %

de la part des ventes de produits multiculturels

Célébration de la diversité de notre grand pays dans le cadre de la promotion

1000

saveurs d'ici

Nos initiatives

1000 saveurs d'ici

Les femmes à l'avant-plan

Recruter du talent reflétant la diversité

Autres liens

[Nous sommes canadiens](#)

(Vidéo – 7MB)

Loblaw s'efforce de répondre aux besoins de tous les Canadiens et a d'ores et déjà lancé de nombreux produits nouveaux et uniques reflétant l'évolution de la mosaïque culturelle de notre pays.

Selon le plus récent recensement effectué au Canada, les immigrants comptent pour près de 70 % de la croissance démographique, alors que 75 % des immigrants font partie d'une minorité visible. Selon les projections démographiques de Statistique Canada, les membres des minorités visibles pourraient compter pour près de un cinquième de la population totale d'ici 2017 (données du recensement de 2006 de Statistique Canada). Conformément à la diversité croissante de notre pays, les magasins de Loblaw et l'éventail de produits qu'ils proposent évoluent rapidement.

En 2009, nous avons franchi une étape importante en vue de mieux servir le segment de clientèle affichant la croissance la plus vigoureuse au Canada en faisant l'acquisition de T&T Supermarket Inc. (T&T), le plus important détaillant de produits asiatiques au pays. Avec ses 18 magasins situés en Colombie-Britannique, en Alberta et en Ontario, T&T veut offrir aux familles asiatiques des aliments auxquels ils sont habitués et qui comptent parmi leurs préférés, tout en proposant une grande variété de mets asiatiques à la société multiculturelle canadienne.

Nous continuons également d'enrichir notre gamme de produits de différentes origines culturelles, efforts qui se sont traduits en 2009 par une augmentation de 2,2 % de la part de marché de Loblaw dans ce domaine. Notre objectif consiste à proposer les meilleurs produits authentiques en provenance de fabricants de première génération pour que nos nouveaux concitoyens retrouvent des saveurs familières au magasin de leur quartier et que les Canadiens de souche découvrent les cuisines authentiques du monde.

Pour aider les clients à trouver plus facilement les produits qu'ils recherchent, nous avons réaménagé un grand nombre de nos magasins. Dès que nous saisissons bien la composition d'une collectivité, nous adaptions l'assortiment de nos produits en conséquence et les articles sont présentés dans des allées dédiées clairement identifiées. Nous annonçons également nos produits multiculturels dans les journaux locaux ainsi que dans notre *Journal Trouvailles*, publié pour la première fois en cantonnais.

« Certains de nos clients nous surnomment 'le Loblaw's des Asiatiques'. En partenariat avec Loblaw, nous allons continuer à mettre l'accent sur notre authenticité, tout en maintenant, voire en améliorant l'expérience de magasinage de nos clients. Avec l'appui de Loblaw et l'engagement de nos employés, nous serons en mesure de continuer à croître et à offrir des produits asiatiques à encore plus de familles au Canada. »

Cindy Lee
Chef de la direction
T&T Supermarket Inc.

Nos collègues



53,7 %

plus de femmes nommées à la tête d'un magasin depuis la première évaluation de nos progrès en 2008

34

magasins multiculturels ont reçu une trousse d'inclusion dans le cadre d'un projet pilote

Nous croyons fermement aux avantages qu'une main-d'œuvre diversifiée peut nous apporter, en nous aidant notamment à mieux comprendre et satisfaire les besoins des clients et en apportant de nouveaux points de vue et des solutions novatrices aux défis commerciaux auxquels nous sommes confrontés.

Pour axer efficacement nos efforts en matière de diversité, nous avons créé un conseil de l'inclusion, composé de membres de la haute direction de tous les secteurs de l'entreprise. Le conseil a pour mandat de promouvoir la diversité, d'établir une stratégie et des objectifs et de faire un suivi des progrès réalisés. Il oriente ses efforts vers trois grands objectifs :

- S'assurer que nos magasins présentent une offre reflétant les collectivités où ils sont situés.
- Hausser à 25 % le pourcentage de femmes occupant un poste de direction de magasin.
- Donner la chance à plus de personnes handicapées de travailler dans nos magasins et nos centres de services aux magasins.

Le conseil a commencé par regrouper les données de recensement sur les groupes culturels présents dans toutes les collectivités où Loblaw exploite des magasins. Ceci a permis d'établir une analyse de cas portant sur la diversité, l'identification des principaux magasins multiculturels et l'élaboration de stratégies adaptées à cette réalité.

En 2009, nous avons procédé au lancement d'une trousse d'outils portant sur l'inclusion pour aider les responsables de l'embauche ainsi que les recruteurs à attirer et embaucher un éventail plus diversifié de candidats. Cette trousse propose des conseils et des outils pour le recrutement et la sélection des candidats à l'aide de méthodes non traditionnelles, la tenue d'entrevues objectives et une orientation efficace des nouveaux employés chez Loblaw. Un projet pilote a été mené dans 34 de nos magasins présentant la plus grande diversité culturelle ainsi que dans deux centres de services aux magasins. Un lancement à l'échelle nationale aura lieu en 2010.

Afin de suivre les progrès réalisés, le conseil a créé une fiche de pointage sur la diversité. En 2010, il commencera à rendre compte des résultats obtenus au conseil d'administration de Loblaw sur une base trimestrielle.

Nos initiatives

1000 saveurs d'ici

Les femmes à l'avant-plan

Recruter du talent reflétant la diversité

Autres liens

Nous sommes canadiens
(Vidéo – 7MB)

Nos initiatives



1000 saveurs d'ici

En 2009, Loblaws a célébré la diversité de sa gamme de produits dans la populaire édition estivale du *Journal Trouvailles le Choix du Président*, qui mettait en vedette plus de 170 de ses produits inspirés de la cuisine internationale.

Dans le cadre de cette campagne, nous avons organisé l'événement *1000 saveurs d'ici* de façon à ce qu'il coïncide avec le Festival des arts Luminato. Plus de 1 000 assiettes blanches ont été fixées sur un mur, où les gens étaient invités à inscrire au marqueur leur mets préféré. En plus d'offrir des échantillons gratuits, les chefs cuisiniers des écoles culinaires de Loblaws ont préparé des plats provenant des quatre coins du monde vendus au coût de 5 \$.



Les femmes à l'avant-plan

Au cours des deux dernières années, nous nous sommes efforcés d'accroître le nombre de femmes occupant un poste de direction, notamment en accordant des promotions à l'interne. Les progrès les plus marqués ont été observés au niveau des magasins. Depuis 2008, nous avons assisté à une augmentation de 53,7 % du nombre de femmes à la tête d'un magasin. De façon à accroître encore davantage ce pourcentage en 2010, nous avons lancé diverses initiatives dans le cadre du programme *femmes@loblaw* ayant pour but de permettre à nos dirigeantes de se perfectionner et de réseauter.



Recruter du talent reflétant la diversité

Chez Loblaw, le recrutement a entrepris un important virage depuis que nous tentons de faire en sorte que notre main-d'œuvre reflète davantage la diversité de notre pays. De plus en plus de nos magasins sont en effet proactifs et se tournent vers leur propre collectivité pour embaucher plutôt que d'attendre de recevoir des demandes d'emploi. Ils s'adressent à des organismes environnants afin de recruter du personnel correspondant à un profil démographique spécifique, publient des annonces dans les journaux locaux et font de la publicité en magasin. Dans nos centres de services aux magasins, nous nous efforçons de recruter des personnes atteintes d'une déficience.

Nous avons aussi recours à Internet et avons implanté un système de suivi des candidatures. Les postes vacants sont également affichés sur différents sites web, tels que diversitycareers.ca, afin de les promouvoir auprès d'un bassin plus large de candidats compétents, incluant les immigrants, les néo-Canadiens, les minorités visibles, les femmes, les autochtones, les personnes atteintes d'une déficience, les travailleurs plus âgés ainsi que les gais, lesbiennes, bisexuels et transgenres.

Être un milieu de travail formidable



Nos collègues sont essentiels à notre succès et constituent notre meilleur atout. Nous travaillons fort pour répondre à leurs besoins et leur montrer à quel point nous apprécions leur contribution. Nous voulons établir une culture axée sur la performance, c'est-à-dire donner les moyens à nos collègues de réussir et les soutenir pour qu'ils répondent aux attentes des clients, voire qu'ils puissent les dépasser.

Nos priorités

- Établir une culture qui encourage les collègues à s'exprimer, à poser des questions et à faire part de leurs idées et solutions pour assurer encore plus de succès à notre entreprise.
- Maintenir un milieu de travail sécuritaire.
- Dispenser aux collègues la formation dont ils ont besoin pour effectuer correctement leur travail et servir les clients de la façon dont ils aimeraient eux-mêmes être servis.
- Reconnaître et récompenser la contribution de chacun.

Engagement des collègues

Nous sommes conscients de l'importance de mobiliser nos collègues et de les aider à atteindre leur plein potentiel. À cette fin, nous avons entrepris plusieurs initiatives comme le sondage *Dire les choses comme elles sont*, l'amélioration des communications, un programme national de reconnaissance des années de service ainsi que divers programmes de rétention des collègues en magasin.

[En savoir plus](#)

38 %

de réduction du taux de roulement des collègues

Engagement des collègues

Santé et sécurité

Formation et perfectionnement

Santé et sécurité

Nous voulons – et il est essentiel – que nos collègues soient en sécurité sur leur lieu de travail. Nous croyons également que toutes les blessures en milieu de travail peuvent être évitées. C'est pourquoi nous nous sommes fixé comme objectif de diminuer ces blessures de 50 % entre 2007 et 2012. Pour y parvenir, nous mettons en œuvre un plan quinquennal d'amélioration de la sécurité.

[En savoir plus](#)

17 %

de réduction du nombre d'accidents, soit environ 1 259 collègues de moins blessés au travail

Engagement des collègues

Santé et sécurité

Formation et perfectionnement

Formation et perfectionnement

Loblaw offre de nombreuses possibilités en milieu de travail pour acquérir de nouvelles compétences et expérimenter de nouvelles tâches. Nous offrons également un large éventail de programmes de formation pour aider les collègues à chaque stade de leur carrière. [En savoir plus](#)

41 073

collègues formés dans nos magasins-écoles

Engagement des collègues

Santé et sécurité

Formation et perfectionnement

Engagement des collègues



Parmi les
100
meilleurs employeurs au Canada en 2010, les 90 meilleurs employeurs à Toronto et les 10 meilleurs employeurs du *Financial Post* en 2010.

38 %
de réduction du taux de roulement des collègues

41 073
collègues formés dans nos magasins-écoles

Nos initiatives

- L'un des 100 meilleurs employeurs au Canada
- Dire les choses comme elles sont*
Programme de reconnaissance des années de service
- Semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être
- Loblaw en vrac*
- Coup d'envoi national

Nous sommes conscients de l'importance de mobiliser nos collègues et de les aider à atteindre leur plein potentiel. C'est pourquoi nous avons entrepris plusieurs initiatives comme le sondage *Dire les choses comme elles sont*, l'amélioration des communications, un programme national de reconnaissance des années de service ainsi que divers programmes de rétention des collègues en magasin, y compris :

- Un programme national d'orientation pour nous assurer que chaque nouveau collègue est bien accueilli au sein de l'entreprise et qu'il reçoit l'information et les outils dont il a besoin pour être rapidement productif. Après la séance d'orientation initiale le premier jour de travail, des vérifications sont effectuées après la première semaine, le premier mois et les trois premiers mois;
- Un programme de jumelage dans le cadre duquel le nouveau collègue est jumelé à un pair qui peut répondre à ses questions et lui fournir l'aide dont il a besoin;
- Un système amélioré d'affichage des postes à pourvoir permettant de consulter rapidement, en ligne, les postes vacants dans l'entreprise. De nombreux emplois sont également annoncés dans notre bulletin interne, sous la rubrique *Recherchés!*;
- De nombreuses formations et possibilités de perfectionnement. [En savoir plus](#);
- Un programme de référence récompensant les collègues qui recommandent un ami ou un membre de leur famille embauché par la suite par Loblaw. Selon le poste, cette récompense varie entre 250 \$ et 2 000 \$.

Réalisation modeste quoique significative, le fait que Loblaw ait été choisi parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada en 2010 témoigne des efforts que nous avons déployés pour attirer et conserver nos employés de même que créer un environnement de travail formidable.

Santé et sécurité



17 %

de réduction du nombre d'accidents, soit environ 1 259 collègues de moins blessés au travail

497

moins d'accidents avec arrêt de travail

Lancement d'un programme de **sécurité au quai**

Nos initiatives

L'un des 100 meilleurs employeurs au Canada

Dire les choses comme elles sont
Programme de reconnaissance des années de service

Semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être

Loblaw en vrac

Coup d'envoi national

Nous voulons – et il est essentiel – que nos collègues soient en sécurité sur leur lieu de travail. Nous croyons également que toutes les blessures en milieu de travail peuvent être évitées. C'est pourquoi nous nous sommes fixé comme objectif de diminuer de 50 % ces blessures entre 2007 et 2012. Pour y parvenir, nous mettons en œuvre un plan quinquennal d'amélioration de la sécurité.

Ce plan comprend le lancement de systèmes uniformes de gestion de la santé et de la sécurité, des objectifs annuels, un processus amélioré de signalement et d'analyse des accidents, l'établissement de procédures sécuritaires claires pour les principales tâches, des programmes ciblés de formation sur la sécurité et de prévention des accidents ainsi qu'un certain degré de leadership auprès des différents intervenants. Nous accorderons d'abord la priorité à la conformité et la prévention pour ensuite mettre l'accent sur comment exercer un leadership accru au sein de l'industrie.

Trois ans après le lancement du plan d'amélioration, on note déjà une diminution de 36 % du nombre d'accidents. En 2009 seulement, le nombre total d'accidents a diminué de 17 %, ce qui signifie que 1 259 collègues de moins ont été blessés au travail. Les accidents entraînant un arrêt de travail et en raison desquels les collègues n'ont pu être présents à leur quart de travail suivant ont également diminué de 17 %, ce qui correspond à 497 arrêts de travail rapportés en moins.

Les principaux éléments de notre plan de sécurité pour 2009 ont compris :

- Le lancement d'un système national de gestion de la santé, de la sécurité et du bien-être, avec des politiques et procédures uniformes pour tous les établissements;
- La mise en œuvre continue d'un Plan d'action de soins intensifs, qui évalue le rendement des magasins et des centres de distribution quant à leurs statistiques clés en matière d'accidents, puis prévoit des mesures spécifiques pour les emplacements ayant besoin de « soins intensifs »;
- La mise sur pied, dans tous les centres de distribution, de comités sur l'ergonomie ayant comme priorité la diminution des entorses et foulures;
- Le lancement d'un programme de sécurité aux quais de réception;
- La tenue de notre première semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être en vue de promouvoir ces trois facteurs chez les collègues et les clients.

Formation et perfectionnement



41 073

collègues formés dans nos magasins-écoles

17 060

cours de formation offerts en ligne par le Centre d'apprentissage virtuel de Loblaws

191

collègues recrutés dans le cadre du programme finissants@Loblaws

Nos initiatives

L'un des 100 meilleurs employeurs au Canada

Dire les choses comme elles sont
Programme de reconnaissance des années de service

Semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être

Loblaws en vrac

Coup d'envoi national

Loblaws offre de nombreuses possibilités en milieu de travail pour acquérir de nouvelles compétences et expérimenter de nouvelles tâches. Nous offrons également un large éventail de programmes de formation pour aider les collègues à chaque stade de leur carrière.

En 2009, nous avons lancé finissants@Loblaws, un programme de 18 mois pour les étudiants fraîchement diplômés des collèges et universités, y compris ceux travaillant déjà pour l'entreprise. Dans le cadre de ce programme, les collègues sont embauchés dès le début comme employés à temps plein. Ils occupent ensuite divers rôles pour mieux comprendre nos activités. Ils travaillent pendant quelques mois en magasin, puis au sein de notre équipe de mise en marché centrale, avant de se joindre à leur service d'affectation et d'occuper leur poste définitif.

Nous voulons embaucher 1 000 finissants entre 2009 et 2013 afin de constituer une réserve de talents futurs. Le premier groupe de finissants est entré en fonction en avril 2009 et un deuxième groupe s'est joint à nous en janvier 2010. Pour ces deux premières vagues, nous avons reçu plus de 8 000 demandes alors que 191 candidats ont été retenus.

Nous avons également continué à miser sur nos magasins-écoles et avons formé 41 073 collègues en 2009. Les magasins-écoles sont des magasins modèles complètement équipés qui sont utilisés comme plate-forme de formation pour enseigner de nouvelles compétences et aider les collègues à se perfectionner dans un environnement en constante évolution. Nous avons actuellement 14 magasins-écoles où sont formés nos collègues dans tous les départements et où ils progressent jusqu'à l'obtention de niveaux de certification bronze, argent et or.

En outre, 29 473 collègues ont assisté à nos cours dirigés par un instructeur, offerts par notre service Apprentissage et formation, alors que 17 060 cours en ligne ont été offerts par le Centre d'apprentissage virtuel de Loblaws.

Nos initiatives



L'un des 100 meilleurs employeurs au Canada

Loblaw est fière de figurer parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada en 2010, en reconnaissance des efforts qu'elle a déployés au cours des dernières années pour créer un environnement de travail formidable.

Le palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada dresse la liste des employeurs qui offrent, dans leur secteur d'activité, les meilleures conditions de travail à leurs employés. Les entreprises sont évaluées selon des critères comme les installations physiques, l'atmosphère de travail, les avantages sociaux, les vacances et les congés, les communications avec le personnel, la formation et le perfectionnement, la gestion du rendement et l'engagement communautaire. Les employeurs sont comparés à d'autres entreprises du même secteur pour déterminer lesquels offrent les programmes les plus progressistes et avant-gardistes.

Parmi les initiatives ayant mérité à Loblaw une place au sein de ce palmarès, on peut citer les sondages sur l'engagement des collègues et les mesures qui en découlent, l'accent mis sur la diversité, le leadership sur le plan environnemental, les rabais consentis aux collègues sur les produits alimentaires et non-alimentaires offerts dans les magasins détenus par la société, les programmes de formation et d'apprentissage disponibles ainsi que des outils efficaces de communication avec les collègues partout au pays.

C'est la première fois que nous participons à cette compétition nationale et ce résultat confirme que nos efforts visant à créer un milieu de travail formidable portent fruit.

Pour en savoir plus, visitez le site des [100 Meilleurs Employeurs au Canada](#) (en anglais seulement).



Dire les choses comme elles sont

Notre sondage *Dire les choses comme elles sont* permet aux collègues de nous faire part de leurs commentaires, confidentiellement, au sujet de l'entreprise, de leur supérieur ou de leur emploi. Parmi les résultats à retenir pour 2009, on notera une amélioration de 6 points de pourcentage concernant les réponses sur la qualité des installations dans les magasins et les centres de distribution, un résultat qui, selon nous, découle du réaménagement des coins repas et des toilettes et de l'achat d'équipement supplémentaire pour faciliter le travail des collègues. Nous avons également relevé une amélioration de 3 points de pourcentage concernant les réponses aux questions sur la vision de l'avenir de l'entreprise.



Programme de reconnaissance des années de service

En 2009, nous avons lancé un programme national de reconnaissance des années de service afin de célébrer les anniversaires de service des collègues de façon appropriée et significative. Dans le cadre de ce programme, les collègues qui ont travaillé chez Loblaw depuis 10 ans ou plus bénéficient d'une journée de congé payé le jour de leur anniversaire de service. Lors de leur 25^e, 30^e, 40^e, 50^e ou 60^e anniversaire, les collègues reçoivent également une épinglette et un cadeau, qui leur est remis par leur supérieur ou un membre de la haute direction.



Semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être

Le coup d'envoi de la première semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être de Loblaw a été donné en mai 2009 sous le thème « Zéro accident, ça commence avec moi! » Nous voulions promouvoir la santé, la sécurité et le bien-être auprès des collègues et des clients, lancer de nouveaux outils et réussir à passer une semaine sans aucun accident dans l'ensemble de l'entreprise. Au cours de cet événement, tous les collègues ont porté un macaron arborant le slogan « Zéro accident », des conseils sur la sécurité ont été émis par les responsables désignés et des topos d'une minute sur la sécurité ont été présentés au début de chaque rencontre quotidienne.

Loblaw en vrac

Nous avons lancé un nouveau bulletin intitulé *Loblaw en vrac*. Publié sept fois par année, ce bulletin est envoyé à tous les magasins détenus par la société et peut également être reçu par courriel sur abonnement. *Loblaw en vrac* s'adresse aux collègues sur un ton informel et leur parle de sujets que l'on ne retrouve habituellement pas dans un bulletin d'entreprise. La chronique *Tribune* permet aux collègues de partager leurs préoccupations et leurs recommandations au sujet de l'entreprise, et de recevoir une réponse. *Chapeau!* est la rubrique qui parle des réalisations des collègues ou des magasins. *Digne de mention* fait état des initiatives novatrices entreprises par les collègues pour améliorer leur magasin ou leur collectivité.



Coup d'envoi national

En 2009, Loblaw a rassemblé près de 1 200 collègues (directeurs de magasins détenus par la société, spécialistes, personnel administratif clé et cadres) en provenance des quatre coins du pays pour leur présenter en quoi consistaient notre plan annuel et nos priorités et les familiariser avec nos nouveaux programmes, nos nouveaux produits, notre réseau et nos fournisseurs. Nous avons également organisé un gala de remise de prix pour mettre en vedette nos meilleurs magasins et unités d'affaires. Le Coup d'envoi national 2009, sous le thème de « Ça commence avec moi! », a permis aux participants de réaliser que peu importe le poste qu'ils occupent, tous peuvent aider Loblaw à répondre aux attentes de ses clients et à mettre sa stratégie à exécution.

Contactez-nous

SIÈGE SOCIAL ET CENTRE DE SERVICES NATIONAL Les Compagnies Loblaw limitée

1, President's Choice Circle

Brampton, Ontario, Canada L6Y 5S5

Téléphone : 905-459-2500

Télécopieur : 905-861-2206

Site web : www.loblaw.ca

Pour toute question concernant le RSE, veuillez envoyer un courriel à l'adresse rse@loblaw.ca.