



Notre façon de faire des affaires

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE – RAPPORT 2011

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 2011 présente une vue d'ensemble de nos stratégies, de nos réalisations et des défis qui ont marqué la dernière année.

Loblaw

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

La responsabilité sociale chez Loblaw



APERÇU DE LA SOCIÉTÉ

La mission de Loblaw est d'être le meilleur détaillant au Canada dans les secteurs des produits alimentaires, des produits 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 bons prix.

La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) est un élément important qui contribue à la réalisation de notre mission et qui s'avère essentiel à notre succès. Nous croyons qu'en apportant notre soutien à la communauté et en réduisant notre incidence sur l'environnement, nous deviendrons le meilleur détaillant aux yeux de nos clients et un partenaire de choix pour nos fournisseurs. Notre rendement s'en trouvera d'autant amélioré, ce qui nous permettra de continuer à contribuer de manière importante en tant qu'entreprise socialement responsable.

NOS ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE RSE

Nos engagements en matière de RSE reposent sur cinq 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

Être un milieu de travail formidable

Message du président du Conseil



« Au moyen de plans d'action audacieux et d'objectifs à long terme, nous continuerons à repousser les limites du possible. Je tiens à remercier personnellement tous les clients et les collègues de Loblaw qui appuient la responsabilité sociale de l'entreprise et qui nous aident à devenir un véritable agent de changement. »

Galen G. Weston
Président du Conseil

Loblaw est un citoyen corporatif engagé et présent au sein des communautés où elle œuvre, et ce, depuis des décennies, bien que nous n'ayons publié notre premier rapport de responsabilité sociale, fondé sur nos cinq grands piliers, il n'y a que cinq ans. Nous abordons maintenant la RSE de même que les secteurs où Loblaw peut avoir une réelle influence de manière plus stratégique. Nous faisons également preuve de davantage de discipline en ce qui concerne la définition de nos objectifs, nos plans d'action et le suivi de nos indicateurs, et nous comptons aller encore beaucoup plus loin.

Le lien entre l'alimentation et la santé est de plus en plus évident. Il ne fait également aucun doute qu'il deviendra de plus en plus difficile pour la société d'être en mesure d'offrir à la population des soins de santé de manière viable. Notre désir de contribuer à résoudre cet enjeu est clairement visible dans nos magasins, qui s'imposent comme une destination de choix en matière de santé et de bien-être. La liste des produits, des ressources et des programmes que nous offrons pour aider nos clients à faire de meilleurs choix santé et à adopter un mode de vie plus sain ne cesse de s'allonger. Plusieurs de nos magasins offrent désormais les services d'experts sur place, notamment ceux de diététistes, de pharmaciens, ainsi que d'autres fournisseurs de soins de santé. À titre d'exemple, dans le cadre de notre nouveau partenariat avec l'Association canadienne du diabète, nos pharmaciens réalisent maintenant des évaluations personnalisées des risques de développer le diabète; plus de 19 000 de ces évaluations ont été effectuées en 2011. Nos diététistes sont aussi en mesure d'aider à bien lire les étiquettes nutritionnelles, de répondre aux questions liées à la santé et aux choix alimentaires et de prodiguer des conseils quant à la planification des menus. À la fin de l'année, nous nous sommes aussi préparés en vue du lancement des nouveaux emballages des produits de la gamme *PC Menu bleu*, grâce auxquels il est maintenant plus facile d'identifier les bienfaits nutritionnels des produits. Nous déploierons aussi le système de fiche de pointage *Guiding Stars*, qui porte sur les valeurs nutritionnelles, dans davantage de magasins partout au pays en 2012.

Depuis la parution de notre premier rapport de RSE il y a cinq ans, l'une de nos principales initiatives a été de nous engager à réduire de un milliard le nombre de sacs en plastique aboutissant dans les sites d'enfouissement d'ici 2009. Or je suis très heureux d'annoncer qu'à la fin de l'exercice 2011, nous avons réduit ce nombre de 3,8 milliards.

En 2009, nous nous sommes aussi engagés à nous approvisionner en produits de la mer exclusivement auprès de sources durables d'ici la fin de 2013. Nous avons réalisé d'importants progrès et nous continuons à collaborer étroitement avec le Fonds mondial pour la nature (WWF), le Marine Stewardship Council, des scientifiques spécialisés dans les produits de la mer, les gouvernements et nos nombreux fournisseurs de produits de la mer afin d'atteindre cet objectif.

Par ailleurs, depuis la création de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* en 1989, plus de 72 millions de dollars ont été amassés et distribués aux familles et aux enfants dans le besoin partout au Canada. Je suis très heureux du fait qu'en 2011 uniquement, 10,6 millions de

dollars ont été remis aux enfants atteints d'une déficience physique ou intellectuelle, tandis que 2,75 millions de dollars ont été versés à des programmes de nutrition infantile.

Nous avons aussi réalisé des progrès sur le plan de la réduction des emballages, un enjeu important aux yeux de la clientèle. En 2011, nous avons pris les mesures nécessaires pour favoriser la recyclabilité de plusieurs de nos emballages. Nous avons notamment piloté un projet au niveau de l'industrie visant à abolir les obstacles au recyclage des emballages double coque thermoformés. Grâce à ce projet, nous offrons maintenant plus de 250 produits de marques contrôlées dont les emballages sont faits d'une seule résine plastique (PET) plus facilement recyclable. Beaucoup de nos concurrents ont emboîté le pas et contribuent ainsi à réduire considérablement la quantité d'emballages aboutissant dans les sites d'enfouissement.

En tant que principal détaillant en alimentation au Canada, Loblaw s'intéresse aux enjeux à long terme entourant nos réserves de nourriture et nous croyons pouvoir être un important élément de la solution. En 2011, nous avons d'ailleurs été les premiers au pays à prendre part à l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA), en nous assurant que nos fournisseurs soient conformes aux normes les plus strictes en matière de salubrité quant à nos produits. Nous avons aussi joué un rôle de premier plan dans la création du Centre de recherche alimentaire du Canada du Conference Board du Canada, dont le mandat consiste à élaborer le cadre d'une stratégie alimentaire nationale. Nous avons également fait un don de 3 millions de dollars à l'Université de Guelph, afin que soit créée la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Les Compagnies Loblaw limitée. L'objectif de ce projet est d'établir un centre d'excellence universel et de réunir les meilleurs cerveaux ainsi que les meilleures idées afin de faire du Canada un chef de file mondial de la production alimentaire durable.

Finalement, en 2011, nous avons fait un autre grand pas en avant en nous dotant d'un plan de RSE à long terme. Ce plan vient confirmer l'importance que nous accordons à l'alimentation et notre engagement à nous attaquer aux enjeux qui comptent le plus tant à nos yeux qu'à ceux des Canadiens en général et sur lesquels nous pouvons avoir une réelle incidence. Au moyen de plans d'action audacieux et d'objectifs à long terme, nous continuerons à repousser les limites du possible. Je tiens à remercier personnellement tous les clients et les collègues de Loblaw qui appuient la responsabilité sociale de l'entreprise et qui nous aident à devenir un véritable agent de changement.

Sincères salutations,

Galen G. Weston
Président du Conseil

À propos de Loblaw

Les Compagnies Loblaw limitée est le plus grand détaillant en alimentation au Canada et l'un des plus importants fournisseurs de marchandise générale, de produits pharmaceutiques, ainsi que de produits et services financiers.

LOBLAW EN UN COUP D'ŒIL

Chez Loblaw, offrir une expérience de magasinage exceptionnelle passe d'abord par une compréhension des besoins de notre clientèle. Grâce à notre nouvelle structure comprenant deux grandes divisions, nous sommes désormais en mesure de mieux saisir ce que désirent nos clients et de développer une expertise spécifique à chaque segment dans le but d'offrir à tous les bons produits, au bon endroit, au bon moment et au prix qu'ils s'attendent à payer, et ce, à la fois dans nos supermarchés conventionnels et nos épiceries à escompte. Qu'ils soient de type conventionnel ou à escompte, petits ou grands, franchisés ou détenus par la société, nos magasins nous permettent de répondre aux besoins spécifiques de nos clients d'un bout à l'autre du pays.

22 bannières partout au pays

584 magasins détenus par la société et 462 magasins franchisés d'un océan à l'autre

23 centres de distribution détenus par la société et 11 centres de distribution exploités par des tiers desservent nos magasins

MAGASINS CONVENTIONNELS

DÉTENUS PAR LA SOCIÉTÉ



FRANCHISÉS



MAGASINS À ESCOMPTE

DÉTENUS PAR LA SOCIÉTÉ



FRANCHISÉS



NOS MARQUES CONTRÔLÉES



Loblaw offre à ses clients des produits de grande qualité à très bons prix grâce au programme de marques contrôlées le plus respecté au Canada, comprenant des marques aussi réputées que *le Choix du président*, *Menu bleu*, *sans nom* et *Joe Fresh*. L'entreprise offre également des produits et services financiers novateurs sous la marque *les Services financiers le Choix du Président*, incluant la carte MasterCard^{MD} *Services financiers le Choix du Président* et le programme de fidélité des points *PC*.

Nos marques *le Choix du Président* et *sans nom* sont respectivement les marques numéro un et numéro deux de biens de consommation courante les plus vendues au Canada*.

*Source : MarketTrack d'ACNielsen, 52 semaines se terminant le 17 décembre 2011

À propos du présent rapport



Le rapport 2011 sur la RSE fait état du rendement de Les Compagnies Loblaw limitée (Loblaw) en matière de responsabilité sociale pour l'exercice se terminant le 31 décembre 2011. Il couvre les activités de Loblaw liées à la RSE et englobe tous les magasins détenus par la société, les centres de services aux magasins et les centres de distribution.

Notre intention est d'offrir un aperçu complet et pondéré de notre rendement en matière de RSE en fonction des attentes et des intérêts de nos principaux intervenants, notamment la clientèle, les collègues, les gouvernements, les organismes non gouvernementaux (ONG), nos partenaires, nos fournisseurs et les investisseurs. Nous interagissons avec ces différents intervenants dans le cadre de réunions, d'entrevues, de sondages auprès de la clientèle ou de rapports comme celui-ci.

Le présent rapport sur la RSE s'inspire également des directives « G3 Sustainability Reporting Guidelines » de la Global Reporting Initiative (GRI). Bien que ce rapport ne mesure pas notre degré de conformité quant à la GRI, nous avons néanmoins utilisé ses lignes directrices comme normes de référence pour guider notre choix d'indicateurs de rendement et pour la sélection du contenu du présent rapport.

Notre rapport sur la RSE en est à sa cinquième édition. Le dernier rapport a été publié en mai 2011. Aucun changement majeur n'a été apporté à la portée de notre reddition de compte ni aux méthodes de mesure utilisées depuis sa diffusion.

PRINCIPE DE L'IMPORTANCE RELATIVE

Notre stratégie repose sur divers facteurs, notamment les principales exigences découlant de normes et d'ententes internationales, les commentaires recueillis à la suite des initiatives d'engagement menées à l'interne auprès de nos intervenants et par l'organisme Entreprises canadiennes pour la responsabilité sociale (ECSR), les sondages auprès des clients, les politiques publiques, la réglementation, la couverture médiatique et le travail d'organisations prônant le développement durable comme la GRI. Le rapport 2011 tire aussi ses renseignements des recherches et des analyses menées pendant l'élaboration de notre plan de RSE à long terme.

INTÉGRITÉ DU RAPPORT

Avant d'être publiés, tous les plans, les buts, les cibles, les objectifs et les résultats en matière de RSE sont examinés par le Comité de divulgation, ainsi que par les services juridiques et de vérification interne de la société.

EXAMEN PAR DES INTERVENANTS EXTERNES

L'ECSR a évalué les rapports de RSE de Loblaw et les a comparés aux dix lignes directrices émises par la Global Reporting Initiative de manière à en définir la qualité et le contenu. De plus, l'ECSR s'est adressé à divers intervenants afin d'obtenir, au nom de Loblaw, leurs commentaires sur le rapport de l'entreprise, puis de transmettre leurs recommandations à l'équipe de la haute direction de Loblaw.

« L'ECSR est fier d'appuyer Loblaw dans ses efforts en matière de développement durable. L'entreprise a accompli de véritables progrès au cours des dernières années, particulièrement au plan de la gestion des matières résiduelles, de l'offre de produits plus sains et de l'approvisionnement auprès de sources durables. Nous sommes heureux de la publication de ce cinquième rapport de responsabilité de Loblaw, lequel fait montre de transparence et témoigne de l'engagement de l'entreprise envers ses intervenants. »





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 divers secteurs d'activité et chacun apporte des points de vue et des compétences variés.

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. Bénéficiant de l'appui d'un membre de la haute direction, chaque membre du comité doit s'assurer que la responsabilité sociale de l'entreprise fasse partie intégrante de notre culture et veiller au respect de nos engagements. La direction de Loblaw, les collègues et le comité de RSE travaillent de concert à l'établissement d'objectifs mesurables, de même qu'à leur atteinte.

Ce comité est présidé par le vice-président principal des Affaires corporatives et des communications, qui relève directement du président du Conseil et du président de l'entreprise.

GOUVERNANCE STRATÉGIQUE CHEZ LOBLAW

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

Partenariats

Loblaw collabore avec un large éventail d'intervenants pour atteindre ses objectifs en matière de responsabilité sociale et pour instituer des pratiques d'affaires responsables. Nos principaux partenaires sont :



Plan à long terme



Nous désirons mettre à profit notre envergure et notre influence afin que des solutions puissent être apportées aux enjeux qui comptent le plus pour nos clients, nos collègues et notre organisation. C'est pourquoi nous avons établi nos cinq piliers de responsabilité sociale, qui dictent notre ligne de conduite en matière de RSE et qui nous aident à être plus rigoureux quant à la définition de nos objectifs, à nos plans d'action et au suivi de nos indicateurs.

En 2011, nous avons revu nos piliers de RSE plus en profondeur et avons identifié certains enjeux susceptibles d'avoir une incidence à long terme. À la lumière de cette analyse, nous avons créé un plan de RSE pluriannuel comprenant de nouvelles initiatives qui contribueront à l'édification d'une société ayant à cœur le développement durable. Nous continuerons à établir nos objectifs annuels en fonction de nos cinq piliers de RSE et nous ferons également état, dans nos prochains rapports de RSE, de nos progrès quant à ces derniers et à ces nouvelles initiatives à long terme.

Nous avons étudié ces différents enjeux en fonction de leur importance aux yeux des Canadiens, de leur pertinence pour notre entreprise, de la possibilité pour Loblaw de se positionner comme un chef de file en la matière et de l'urgence du problème. Nous avons identifié quatre grands thèmes qui constituent les fondements de notre plan à long terme.

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

- Donner la possibilité aux Canadiens de faire des choix plus sains et les appuyer dans leur démarche vers un mode de vie plus sain, grâce à :
 - des programmes de santé intégrés avec le concours de nos diététistes et de nos pharmaciens en magasin;
 - divers partenariats conclus avec des organismes œuvrant dans le domaine de la santé.

EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

- Collaborer avec divers intervenants pour mettre en place des programmes de réduction des matières résiduelles axés sur les résidus alimentaires, le recyclage et les emballages.
- Améliorer notre efficacité sur le plan opérationnel pour réduire notre empreinte carbone (sources primaires : consommation d'énergie, d'électricité et de carburant).
- Gérer notre empreinte eau.

APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

- Appuyer les fournisseurs canadiens locaux et régionaux.
- Collaborer avec les associations représentant notre industrie, différents experts et nos fournisseurs afin d'établir de meilleures pratiques et des normes relativement au bien-être des animaux.
- Renforcer notre engagement envers l'approvisionnement local, le bien-être des animaux, ainsi que les produits de la mer et l'huile de palme issus de sources durables.

NORMES RELATIVES À LA SÉCURITÉ ET À LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS

- Miser sur notre envergure et sur la portée de notre influence pour améliorer les normes en matière de salubrité et de qualité des aliments au sein de notre chaîne d'approvisionnement.

Pour chacun de ces grands thèmes, nous mettons en place des plans d'action et des objectifs pluriannuels, de même que les processus et les indicateurs appropriés.

Faits saillants



RESPECTER L'ENVIRONNEMENT

- Depuis 2007, nous avons réduit de 3,8 milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans l'ensemble de nos magasins.
- Nous avons évité l'enfouissement de 78 % des matières résiduelles générées par nos centres de distribution détenus par la société.
- L'emballage de plus de 250 produits de marques contrôlées est fait à partir d'une résine plastique unique, le PET, pour en favoriser la recyclabilité.
- Nous avons produit 222 780 kWh d'énergie propre, sans émission de dioxyde de carbone, grâce aux panneaux solaires photovoltaïques installés dans quatre magasins détenus par la société en Ontario.
- Nous avons remplacé plus de 36 000 luminaires par une technologie fluorescente, ce qui équivaut à une économie d'énergie suffisante pour pouvoir alimenter 4 700 foyers pendant un an.

FAIRE PREUVE D'INTÉGRITÉ EN MATIÈRE D'APPROVISIONNEMENT

- 30 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins proviennent de producteurs canadiens.
- Nous avons ajouté à notre sélection plus de 50 nouveaux produits de la mer capturés sur des stocks sauvages et certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC).
- Tous nos fournisseurs de produits de marques contrôlées ont fait l'objet d'un audit certifiant qu'ils respectent les normes de l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA).
- Le nombre de producteurs de bœuf de l'Ontario avec qui nous faisons affaire a doublé grâce au programme Ontario Corn Fed Beef.

REFLÉTER LES DIVERSITÉS CULTURELLES DE NOTRE PAYS

- Nous avons nommé 21 nouveaux champions de la diversité qui chapeauteront diverses initiatives d'inclusion au sein de leur division.
- Nous avons augmenté le pourcentage de femmes occupant un poste de directrice dans nos magasins de 6,4 % par rapport à 2010, pour le porter à 23 %.
- Nous avons élargi notre sélection de fruits et légumes internationaux et de viandes halal en magasin, 92 % de nos magasins offrant certains de ces produits.

FAIRE UNE DIFFÉRENCE POSITIVE DANS NOTRE COMMUNAUTÉ

- Depuis sa création en 1989, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé plus de 72 millions de dollars à plus de 10 000 familles et programmes de nutrition au Canada.
- En 2011, avec l'aide de nos collègues, de nos clients et de nos fournisseurs, nous avons versé plus de 38 millions de dollars à divers organismes sans but lucratif au Canada.
- Nous avons lancé la fiche de pointage *Guiding Stars* qui porte sur les valeurs nutritionnelles.
- Nous avons modifié la recette de 208 produits de marques contrôlées transformés pour en réduire la teneur en sodium de 19 % en moyenne.
- Nous avons embauché 11 diététistes qui offrent leurs services dans 24 magasins détenus par la société.

ÊTRE UN MILIEU DE TRAVAIL FORMIDABLE

- Nous avons lancé un programme national de bourses d'études postsecondaires à l'intention des collègues de Loblaw, des membres de leur famille, de leurs amis et de nos clients, dans le cadre duquel nous avons remis 200 bourses de 1 500 \$ chacune.
- Nous avons réduit de 19 % le nombre d'accidents de travail.
- 49 257 collègues ont reçu une formation de Loblaw en matière de commerce de détail dans nos 16 centres d'apprentissage.
- Loblaw a été sélectionnée parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada pour la troisième année consécutive et parmi les meilleurs employeurs pour les jeunes canadiens pour une deuxième année consécutive.



Respecter l'environnement

Comme ce fut le cas avec notre initiative de réduction à la source de l'utilisation des sacs en plastique, les mesures prises par Loblaw en ce qui a trait aux enjeux environnementaux peuvent modifier le comportement des clients et de l'ensemble de l'industrie. Nous nous efforçons de réduire l'impact environnemental de nos activités et d'être des pionniers dans les secteurs où nous pouvons réellement faire une différence.

Depuis 2007, nous avons réduit de 3,8 milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans l'ensemble de nos magasins.

Nous avons évité l'enfouissement de 78 % des matières résiduelles générées par nos centres de distribution détenus par la société.

Nous avons plus de 250 produits de marques contrôlées dont les emballages sont faits d'une seule résine plastique (PET) afin de favoriser une plus grande recyclabilité.

Nous avons remplacé plus de 36 000 luminaires, ce qui représente une économie d'énergie suffisante pour pouvoir alimenter 4 700 foyers pendant un an.

Nous avons produit 222 780 kWh d'énergie propre, sans émission de dioxyde de carbone, grâce aux panneaux solaires installés dans quatre magasins.

Depuis 2008, nous avons rechapé plus de 20 000 pneus de notre flotte, économisant ainsi plus de 1,1 million de litres d'huile.



RÉACHEMINEMENT DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

Nos programmes de réacheminement des matières résiduelles prennent de l'ampleur chaque année. Depuis 2007, année où nous nous sommes engagés à réduire le nombre de sacs en plastique distribués dans nos magasins, nous avons réussi à éviter l'enfouissement de quelque 3,8 milliards de sacs. Si on les empilait tous, leur hauteur atteindrait 199 fois celle de la tour du CN.

Nous nous sommes aussi engagés à réduire la quantité de carton ondulé ciré non recyclable que nous utilisons pour transporter les fruits et légumes des producteurs jusqu'à nos centres de distribution et nos magasins, en le remplaçant par des contenants en plastique réutilisables. En 2011, 3,5 millions de caisses de fruits et légumes ont été expédiées dans de tels contenants. La réaction de nos gérants et de nos spécialistes des fruits et légumes, des responsables des centres de distribution et de l'équipe de l'assurance qualité s'est avérée fort positive, ceux-ci ayant observé une amélioration de la qualité des produits et une diminution des dommages subis. Les contenants en plastique réutilisables sont aseptisés après chaque usage pour pouvoir être ainsi réutilisés à de nombreuses reprises. Comparativement aux boîtes de carton ondulé ciré, les contenants en plastique réutilisables nécessitent moins d'énergie, produisent moins de matières résiduelles solides et d'émissions de gaz à effet de serre (GES).

Respecter l'environnement (suite)



En 2008, nous avons lancé le premier et le seul programme national de recyclage à l'intention des jardiniers. Grâce à ce programme exclusif aux magasins de Loblaw, les jardiniers de partout au pays peuvent y rapporter leurs pots et plateaux multicellules usagés, qui ne sont pas acceptés par les programmes de collecte sélective. Ils sont ensuite recyclés pour fabriquer de nouveaux pots et de nouveaux plateaux en prévision de la prochaine saison. Les jardiniers peuvent aussi rapporter à leur magasin de Loblaw les pots et plateaux multicellules usagés provenant de n'importe quel centre de jardinage. De 2008 à 2011, nous avons évité l'enfouissement de 1,9 million de kilogrammes de pots de fleurs et de plateaux multicellules grâce à ce programme unique en son genre. En 2011, l'expansion des programmes de gestion des résidus organiques explique en grande partie l'augmentation du taux de réacheminement des matières résiduelles dans nos magasins et nos centres de distribution détenus par la société.

MAGASINS DÉTENUS PAR LA SOCIÉTÉ

En 2010, nous nous sommes donné pour objectif d'éviter l'enfouissement de 70 % des matières résiduelles générées par nos magasins, et nous nous en approchons un peu plus chaque année. En Ontario, nous avons modernisé les broyeurs de résidus organiques de 28 magasins et en avons installé deux nouveaux à Toronto, dans les magasins *Loblaws* du Maple Leaf Gardens^{MD} et Queen et Portland. Ces broyeurs liquéfient les fruits, les légumes et les autres résidus alimentaires, puis le mélange ainsi obtenu est envoyé dans des installations de biométhanisation. Celui-ci est ensuite combiné au gras des effluents recueilli dans nos magasins et versé dans un digesteur anaérobie pour générer de l'énergie renouvelable.

À Halifax, nous avons lancé une vaste campagne de sensibilisation des collègues ainsi qu'un programme de formation, qui se sont traduits par une augmentation de 6 % du taux de valorisation des résidus organiques dans 12 magasins détenus par la société.

Dans l'Ouest canadien, nous avons étendu notre programme de tri à la source des matières recyclables à 54 magasins détenus par la société. En plus du carton et du papier, le programme permet maintenant de recycler des matériaux qui ne le sont généralement pas, comme les plastiques rigides et souples et le carton ondulé. En plus des programmes de valorisation des résidus organiques déjà en place dans deux magasins *Real Canadian Superstore* de l'île de Vancouver, nous en avons implanté de nouveaux dans 15 magasins *Real Canadian Superstore* de la région du Grand Vancouver. Au total, en 2011, nous avons évité l'enfouissement de 2 050 tonnes de résidus organiques produits par ces 17 magasins détenus par la société pour les acheminer vers des infrastructures de compostage de la région.

Bien que des améliorations aient été apportées dans d'autres régions, les résultats sont plus faibles en raison du manque d'options de récupération et valorisation abordables.

CENTRES DE DISTRIBUTION

Nous avons réalisé d'énormes progrès dans les centres de distribution détenus par la société, dont le taux de réacheminement a grimpé à 78 %, et ce, en grande partie grâce à l'expansion de notre programme de gestion des résidus organiques. Nous avons séparé les matières organiques et les matières recyclables des résidus ultimes lorsque c'était possible. Nous avons en outre installé des sacs à résidus organiques et de nouveaux bacs pour trier les matières résiduelles à la source, remplacé les sacs à résidus noirs par des sacs transparents, apposé des affiches faisant la promotion du recyclage et formé les collègues pour les sensibiliser à l'importance de la question. Nous avons aussi été plus rigoureux au plan du réacheminement des matières résiduelles grâce à la mise en place de meilleures méthodes de mesure et de vérification.

CENTRES DE SERVICES AUX MAGASINS

Le taux de réacheminement des matières résiduelles des centres de services aux magasins a atteint 75 %. Celles-ci se composent généralement de papier, de contenants de boisson et de résidus organiques provenant de la cafétéria ou de la cuisine. Des programmes de valorisation des résidus organiques ont été implantés dans trois bureaux en Ontario et dans un bureau du Québec. Afin de favoriser l'amélioration des pratiques, nous avons aussi procédé à une caractérisation des matières résiduelles, ce qui nous a permis de repérer les enjeux pour ensuite mettre en place des plans d'action en vue de sensibiliser davantage les collègues.



RÉDUCTION DES EMBALLAGES

Nous voulons faire en sorte de minimiser l'incidence des emballages de nos produits sur l'environnement, et ce, tout en continuant à bien protéger les produits et en offrant les renseignements dont les consommateurs ont besoin pour prendre des décisions éclairées. Nos objectifs à long terme sont les suivants :

- Réduire de 50 % l'utilisation de matériaux non recyclables pour les emballages de nos produits de marques contrôlées d'ici la fin de l'exercice 2013.
- Réduire la quantité totale d'emballages utilisés pour nos produits de marques contrôlées de 5 % d'ici la fin de 2015.

Nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif de 50 % grâce à l'élimination du polychlorure de vinyle (PVC) des plastiques rigides utilisés principalement dans les emballages de produits de marques contrôlées de santé et de beauté. Nul doute qu'il s'agit d'une avancée majeure en matière de réduction des emballages non recyclables. Notons que cette initiative a touché 115 produits jusqu'à maintenant.

En fin d'année, nous avons déjà atteint le tiers de notre objectif de 5 %. Voici quelques-uns des changements apportés en 2011 :

- Réduction de la taille des emballages de carton des Biscuits *PC Biologique* et des Mélanges à boisson *Délicieux le Choix du Président*.
- Remplacement des bouteilles en verre par des bouteilles en polyéthylène téréphtalate (PET) pour nos Sauces barbecue *Stampede fumé le Choix du Président*.
- Remplacement des emballages de carton des Mélanges à biscuits *PC* par des sacs.

Respecter l'environnement (suite)

Au total, nous avons réduit de 356 000 kilogrammes la quantité d'emballages de 19 produits de marques contrôlées en 2011.

Nous avons aussi piloté un projet au sein de l'industrie visant à abolir les obstacles au recyclage des emballages double coque thermoformés. Ces emballages sont appréciés des détaillants puisqu'ils améliorent la salubrité des fruits et légumes, des produits de boulangerie, des noix et des fruits séchés et en conservent la fraîcheur plus longtemps. Les clients les aiment aussi puisqu'ils peuvent voir les aliments qu'ils contiennent. Le problème, c'est que la majorité des municipalités ne peuvent les recycler car elles ne disposent pas des technologies permettant de distinguer le PET des autres résines couramment utilisées.

Afin de permettre le recyclage de davantage d'emballages, Loblaw utilise désormais une seule résine, le PET, pour tous les emballages double coque utilisés dans ses magasins (à l'exception des contenants isothermes). En 2011, 34 autres produits de marques contrôlées sont passés aux emballages en PET, pour en porter le total à plus de 250, principalement dans les catégories de la boulangerie et des fruits et légumes. Nous nous sommes également associés à des partenaires de l'industrie pour lancer un nouveau protocole d'essai pour le recyclage des adhésifs et des étiquettes à être apposés sur les emballages double coque.



RÉFRIGÉRATION ET EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Loblaw s'est engagée à lutter contre les changements climatiques, et nous déployons d'importants efforts depuis de nombreuses années pour réduire les émissions de gaz à effet de serre générées principalement par notre consommation d'énergie, les fuites de gaz réfrigérant, le transport et les matières résiduelles.

En 2011, nous avons procédé à la modernisation de l'éclairage de 112 magasins détenus par la société, remplaçant 36 000 luminaires par une nouvelle technologie fluorescente qui consomme moins d'électricité. L'électricité économisée équivaut à la quantité nécessaire pour alimenter environ 4 700 foyers canadiens pendant un an. Nous avons également amélioré l'éclairage par diodes électroluminescentes (DEL) dans les étalages de produits laitiers et surgelés. Les ampoules à DEL durent près de 2,5 fois plus longtemps et utilisent 56 % moins d'électricité que les luminaires fluorescents ordinaires. De plus, nous avons complété la modernisation de l'éclairage de trois centres de distribution détenus par la société en Ontario, au Québec et en Alberta.

Au nouveau magasin *Loblaws* du Maple Leaf Gardens^{MD}, nous avons installé un système de réfrigération à la fine pointe de la technologie utilisant un gaz réfrigérant naturel, le dioxyde de carbone (CO₂), dont l'intensité en termes d'émissions de dioxyde de CO₂ ég. est de 3 900 fois inférieure à celle du gaz réfrigérant synthétique utilisé dans nos magasins conventionnels. L'énergie dégagée par le système de réfrigération est recyclée pour chauffer le stationnement souterrain, réduisant ainsi l'empreinte carbone de l'ensemble du magasin.

Dans l'ensemble de l'organisation, nous avons réduit la quantité totale de fuites de gaz réfrigérant de 9,7 % en 2011, grâce à l'installation de systèmes de réfrigération de pointe et aux améliorations apportés à notre programme de prévention des fuites.



ÉNERGIE SOLAIRE

En 2011, grâce à un partenariat avec Northland Power, nous avons installé des panneaux photovoltaïques sur le toit de deux magasins *Real Canadian Superstore* en Ontario, soit celui de Whitby et celui d'Orleans. Ceux-ci viennent s'ajouter aux deux projets d'installation de panneaux solaires mis en place en 2010 dans deux autres magasins de l'Ontario.

Tous étant fonctionnels en 2011, les quatre magasins ont généré à la fin de l'exercice 222 780 kWh d'énergie propre, sans émission de dioxyde de carbone, soit l'énergie nécessaire pour alimenter 23 foyers canadiens pendant un an.

Ces panneaux transforment la lumière du soleil en électricité, ce qui permet de réduire la quantité d'énergie que nous devons puiser à même le réseau électrique provincial. Les panneaux photovoltaïques requièrent peu d'entretien, produisent de l'électricité sans aucune émission et sont silencieux, ce qui en fait une méthode de production d'énergie propre et sécuritaire.

Tout en étudiant la possibilité d'effectuer d'autres installations du genre, nous évaluons le rendement de ces panneaux en hiver. Nous nous intéressons également à leur incidence (le cas échéant) sur les activités des magasins et sur l'état des toits. Si les résultats s'avèrent positifs, nous prévoyons étendre le projet d'installation de panneaux solaires à d'autres magasins en Ontario.



EFFICACITÉ DE LA FLOTTE DE TRANSPORT

Au cours des dernières années, nous avons multiplié les initiatives pour réduire l'impact environnemental de notre flotte de transport. Nous avons notamment remplacé nos vieux camions par des modèles plus récents et plus efficaces; offert à nos chauffeurs des formations sur l'économie d'essence et la réduction du temps de marche au ralenti; modernisé l'équipement dont les jupes des camions et des remorques, les chaufferettes d'appoint et les groupes auxiliaires de puissance (GAP); et mis en place un nouveau système de gestion du transport qui permet de réduire le nombre de parcours à vide.

Camions – En 2011, nous avons réduit notre consommation de carburant de 2 %. Malheureusement, nous n'avons pas atteint notre objectif de 5 % en raison de l'élargissement de notre flotte de transport et de l'augmentation du kilométrage parcouru par nos camions plus âgés pendant une bonne partie de l'année. Nous avons cependant fait d'importants progrès en ce qui concerne la réduction de l'empreinte carbone de notre flotte en achetant, vers la fin de l'année, 52 camions plus récents et plus efficaces, la plupart étant munis d'une cabine à couchette. Ces acquisitions ont porté le total de nouveaux camions sur la route à 135 en 2011. Tous les nouveaux camions sont conformes aux rigoureuses normes 2010 de l'Environmental Protection Agency (EPA) des États-Unis sur les émissions.

Respecter l'environnement (suite)

Nos 135 nouveaux camions ont permis à eux seuls d'améliorer le taux d'efficacité de consommation du carburant de 9 % avant la fin de 2011, tout en diminuant de 95 % les émissions de suie et d'oxydes d'azote comparativement à nos camions plus âgés. Le taux d'efficacité accru de consommation du carburant nous permet de réduire nos émissions de 9 kg CO₂ ég. par 100 km parcourus.

Toutes les nouvelles cabines à couchette sont certifiées SmartWay^{MD} par l'EPA et sont munies d'équipement favorisant une forte réduction de la consommation de carburant et d'émissions. Les camions comprennent des technologies de réduction du temps de marche au ralenti, des pneus à faible résistance au roulement et des caractéristiques aérodynamiques comme le carénage du toit de la cabine à couchette intégrée, des miroirs et des pare-chocs aérodynamiques, des rallonges de cabine latérales, des carénages de réservoir, des chaufferettes d'appoint et des groupes auxiliaires de puissance. De plus, tous les nouveaux camions possèdent plusieurs nouvelles options de sécurité, notamment une transmission automatique pour accroître la sécurité du chauffeur et en réduire la fatigue, des coussins de sécurité gonflables latéraux, un régulateur de vitesse et d'espacement, un système d'antipatinage à l'accélération et un système anti-renversement.

Nous prévoyons ajouter davantage de nouveaux camions à notre flotte, la plupart munis d'une cabine à couchette, au cours des prochaines années. Les cabines à couchettes serviront surtout lors des longs trajets, ce qui nous permettra de réduire notre empreinte carbone de manière significative.

De plus, grâce à nos programmes de formation des chauffeurs et nos investissements dans les équipements, nous avons réduit le temps de marche au ralenti dans l'ensemble de notre flotte de 20 %. Nous avons lancé notre programme de rechapage des pneus il y a maintenant quatre ans. Nous sommes heureux d'annoncer que, de 2008 à 2011, nous avons rechapé plus de 20 000 pneus de notre flotte, économisant ainsi plus de 1,1 million de litres d'huile.

Remorques – Ces deux dernières années, nous avons autant que possible acheté des remorques certifiées SmartWay^{MD} par l'EPA et munies de pneus à faible résistance au roulement et de jupes latérales permettant d'améliorer le taux d'efficacité de consommation du carburant.



SOLUTIONS DE RECHANGE AU CARBURANT

Trains routiers – Nous avons augmenté le nombre de trains routiers de notre flotte. Ces véhicules peuvent supporter un poids plus élevé en utilisant la même source de puissance, ce qui nous a permis de réduire le nombre de camions sur la route, d'augmenter le taux d'efficacité de consommation du carburant et de réduire notre empreinte carbone.

En 2011, en collaboration avec les autorités provinciales, nous avons mis à l'essai deux remorques doubles de 53 pieds en Ontario et deux remorques triples de 53 pieds en Saskatchewan. Le fait que trois remorques soient tirées par un seul camion nous permet de réduire notre consommation d'essence annuelle de plus de 100 000 litres par camion et nos émissions de plus de 280 000 kg CO₂ ég. par année.

Gaz naturel liquéfié – Nous étudions la possibilité d'utiliser du gaz naturel liquéfié à faibles émissions au lieu du diesel dans les grands routiers. L'infrastructure nécessaire pour gérer le gaz naturel liquéfié n'est toujours pas disponible, mais lorsqu'elle le sera, nous serons prêts.

Transport multimodal – Nous sommes l'un des principaux utilisateurs de transport multimodal au Canada, principalement dans l'Ouest canadien. Cependant, afin de réduire le nombre de camions sur la route, nous continuons de chercher des façons de maximiser notre utilisation de ce mode de transport, spécialement en Ontario et au Québec. En 2011, nous avons livré plus de 22 000 chargements de produits grâce au transport ferroviaire.

Système de plate-forme additionnelle – Loblaws est toujours à la recherche de solutions pour maximiser l'espace de chargement en vue d'augmenter le taux d'efficacité de consommation du carburant et de réduire les émissions. En 2011, nous avons investi en Ontario dans un système de plate-forme ANCRA qui offre un « étage » supplémentaire pour charger les produits dans la remorque. Dans ce système à deux niveaux, les poutres sont spécialement conçues pour supporter le poids du chargement et peuvent être réglées à n'importe quelle hauteur. Ce système nous permet pratiquement de doubler le volume de chargement d'une remorque.

Réduction des distances parcourues à vide – En 2011, afin de réduire les distances parcourues à vide, nous avons maximisé le volume de chargement en augmentant la cargaison de chaque livraison, et nous avons ainsi expédié plus de 6,8 milliards de caisses de produits dans nos magasins en effectuant 4 106 voyages de moins. Nous avons aussi augmenté le nombre de retours à charge qui est passé de 136 989 en 2010 à 163 379 en 2011.



RÉDUCTION DE NOTRE EMPREINTE CARBONE

Dans le but de réduire notre empreinte carbone, nous surveillons nos émissions de gaz à effet de serre (GES) à l'aide d'un calculateur mis au point par l'industrie de l'alimentation et qui est conforme au Protocole des gaz à effet de serre du World Resources Institute (WRI).

Bien que nous ayons fait d'importants progrès quant à la réduction des matières résiduelles, notre empreinte carbone totale a augmenté en 2011. Cette augmentation est principalement due à notre croissance continue, qui a entraîné une hausse de la superficie occupée par nos magasins et nos centres de distribution, ainsi qu'à un accroissement de la consommation d'énergie dans les magasins détenus par la société en raison des conditions climatiques. L'augmentation témoigne aussi de l'amélioration de nos processus de suivi et de rapport.

ÉMISSIONS TOTALES DE GAZ À EFFET DE SERRE EN 2011

(1 153 542 762,39 kilogrammes eq CO₂)



* Ces données ne comprennent pas celles des supermarchés T&T.

* Ne comprennent pas les fuites de gaz réfrigérant hydrochlorofluorocarbure, dont nous faisons le suivi, mais qui ne peuvent pas être rapportées en vertu du Protocole des gaz à effet de serre.



REMORQUES RÉFRIGÉRÉES SANS DIESEL

En 2011, nous avons testé la technologie des remorques réfrigérées sans diesel, et les résultats sont très prometteurs. Le système remplace le diesel par du coulis de glace, ce qui permet de réduire considérablement les coûts et l'empreinte carbone du transport de produits périssables.



NOUVEAUX PRODUITS PC VERT

Il y a plus de 20 ans, nous lançons nos premiers produits *PC VERT*. Aujourd'hui, cette gamme de produits couvre une variété de catégories, y compris les articles pour la maison, pour les animaux et pour les bébés. Parmi les nouveaux produits lancés en 2011, mentionnons :

- Détergent pour lave-vaisselle Cycle express *PC VERT* – Ces nouvelles mini-tablettes de détergent pour lave-vaisselle sont aussi efficaces au cycle économique que la marque nationale la plus populaire l'est au cycle ordinaire.* Elles se dissolvent facilement et se mettent au travail rapidement, nécessitant 31 % moins de produits chimiques pour nettoyer la vaisselle.** La pellicule hydrosoluble de chaque mini-tablette se dissout au cycle de lavage et est biodégradable.
- Sacs à provisions multi-usages pour fruits et légumes *PC VERT* – Faits avec 66 % de plastique post-consommation provenant de bouteilles recyclées, ces sacs s'utilisent comme les sacs en plastique minces à fruits et légumes, à la différence qu'ils sont réutilisables et lavables à la machine.

* Le produit a été testé dans un lave-vaisselle encastré de 24 pouces de la marque la plus populaire au Canada. Conditions du test : dureté de l'eau, 125 ppm; température de l'eau, 53 °C +/- 3 °C.

** Comparativement au Détergent pour lave-vaisselle *MAX PC*.



PROGRAMME DE SUBVENTIONS SCOLAIRES ÉCO-COMMUNAUTAIRES

Une partie des profits réalisés dans le cadre du programme national de facturation des sacs en plastique, soit 3 millions de dollars sur trois ans, sera remise à WWF afin d'inciter la population à prendre des mesures concrètes pour protéger l'environnement. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de notre programme de réduction à la source de l'utilisation des sacs en plastique qui, à la fin de l'exercice 2011, a permis de réduire de 3,8 milliards le nombre de sacs distribués dans nos magasins. Le Programme de subventions scolaires éco-communautaires fait partie des initiatives qui bénéficieront de ces fonds. Le programme fait la promotion de l'innovation en matière d'environnement auprès des jeunes Canadiens en offrant des dons pouvant aller jusqu'à 5 000 \$ aux écoles primaires et secondaires qui mettent sur pied des projets de conservation. En 2011, 62 dons ont été accordés.



ADIEU AUX RELEVÉS DE PAIE SUR PAPIER

Depuis 2011, les collègues des centres de services aux magasins reçoivent leurs relevés de paie par l'entremise d'un site Web sécurisé et protégé par un mot de passe. Les relevés de paie électroniques permettent d'éliminer l'envoi postal de près de 300 000 documents papier par année.



DON À ARBRES CANADA

Afin de souligner la Semaine de la Terre, Loblaws a remis 50 000 \$ à Arbres Canada au nom de ses collègues en 2011. Ce don a permis de planter plus de 12 500 arbres dans différentes communautés d'ici.



Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

Nos clients comptent sur nous pour acheter et vendre nos produits de façon responsable. Ils s'attendent également à ce que nous prenions toutes les mesures nécessaires pour promouvoir la santé et la vitalité de nos sources alimentaires, garantir la salubrité de nos produits, soutenir l'économie du pays et exiger de nos fournisseurs qu'ils respectent certaines valeurs, allant des conditions de travail au bien-être des animaux. Nous n'en espérons pas moins et faisons tout en notre pouvoir pour adhérer aux normes les plus rigoureuses en matière d'approvisionnement responsable.

Nous avons ajouté à notre sélection plus de 50 produits de la mer certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC).

30 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins proviennent de producteurs canadiens.

Tous nos fournisseurs de produits de marques contrôlées sont conformes aux normes de l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA).

Nous avons doublé le nombre de producteurs de bœuf de l'Ontario Corn Fed Beef avec qui nous travaillons, pour le porter à 500.



PRODUITS DE LA MER DURABLES

Nous croyons que des océans en santé sont essentiels à une planète saine et que l'approvisionnement en fruits de mer, en poissons et en crustacés issus de sources durables, qu'ils soient capturés sur des stocks sauvages ou d'élevage, nécessite une protection accrue des habitats aquatiques et un souci constant des pratiques de pêche responsable.

Nous nous sommes fixé l'objectif ambitieux de nous approvisionner en produits de la mer exclusivement auprès de sources durables d'ici la fin de 2013. Nous souhaitons en effet accroître l'offre de produits de la mer et de produits contenant de ces derniers achetés de façon responsable, sensibiliser la clientèle et collaborer avec l'industrie.

En 2011, nous avons réalisé des progrès dans tous ces secteurs :

- Le nombre total de produits de la mer capturés sur des stocks sauvages et certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC) offerts en magasin est passé de 22 en 2010 à 73 en 2011. Ces derniers incluent notamment des poissons frais certifiés par le MSC, qui sont offerts dans certains magasins détenus par la société de la région du Grand Toronto. En 2012, nous comptons augmenter tant le nombre d'espèces disponibles que celui de magasins offrant des poissons frais certifiés par le MSC.

« Loblaw a pris l'engagement le plus audacieux en matière de produits de la mer durables dans le monde. Par l'entremise de sa collaboration avec les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, de ses investissements en éducation et de l'engagement des gouvernements et de divers intervenants, Loblaw provoque des changements importants, et ce, à grande échelle. »

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



Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement (suite)

- Le succès remporté par le Saumon *SourceSensée* à la suite de son lancement en 2010 nous a convaincus de le distribuer dans plus de magasins en Ontario et au Québec, et de l'offrir dans les provinces atlantiques.
- Conscients de l'importance du dialogue et de la collaboration en matière d'approvisionnement responsable en saumon d'élevage, nous avons renouvelé notre participation aux dialogues mondiaux sur l'aquaculture du saumon. Nous avons également collaboré avec des partenaires et des fournisseurs canadiens sur la question de l'aquaculture en bassin clos.
- Nous avons élaboré un questionnaire à l'intention des fournisseurs pour évaluer et gérer efficacement notre processus d'achat de produits de la mer. Ce questionnaire nous permet d'améliorer la traçabilité des produits et aide nos fournisseurs à atteindre nos objectifs d'approvisionnement en produits de la mer durables.

Nous avons pris part aux rencontres de l'organisme International Sustainable Unit (ISU), créé par Son Altesse Royale, le Prince de Galles. L'ISU s'efforce d'obtenir un consensus sur la façon de résoudre certains des principaux enjeux environnementaux qui menacent le monde, particulièrement en ce qui concerne la salubrité des aliments, la résilience de l'écosystème et l'épuisement des richesses naturelles. Ce groupe invite les secteurs privé et public, de même que les organismes non gouvernementaux à trouver des solutions. En 2011, des représentants de Loblaw ont participé à une table ronde mondiale sur les produits de la mer durables.



APPROVISIONNEMENT LOCAL

L'an dernier, nous avons émis notre énoncé *D'abord au Canada*, qui confirme notre engagement envers l'approvisionnement local en produits frais et le soutien aux fournisseurs d'ici. L'initiative *D'abord au Canada* témoigne de notre façon de faire en tant que détaillant en alimentation et de l'importance que nous accordons à l'établissement de liens durables avec nos fournisseurs.

D'ABORD AU CANADA

Chez Les Compagnies Loblaw limitée (Loblaw), l'achat de produits canadiens revêt une importance primordiale. C'est pourquoi nous privilégions les produits frais locaux et régionaux dans la mesure où leur salubrité, leur qualité, leur disponibilité et leur rapport qualité-prix satisfont aux exigences de nos clients. En tant que plus important détaillant et distributeur en alimentation au Canada, Loblaw est fière d'offrir des aliments sains et sécuritaires provenant des quatre coins du pays.

Depuis nos débuts en 1919, il a toujours été important pour nous de travailler avec les fermiers, les pêcheurs et les producteurs locaux, de les aider à faire prospérer leur entreprise et de contribuer à la croissance des économies locales. Loblaw entretient des relations de longue date avec de nombreux fournisseurs canadiens différents, et nous sommes fiers de poursuivre la tradition et de réitérer notre engagement d'acheter d'abord des produits canadiens.

C'EST DE CHEZ NOUS ET SAVOUREZ LA SAISON

Parmi les plus forts symboles de notre engagement envers l'approvisionnement local, mentionnons les campagnes *C'est de chez nous* et *Savourez la saison*. Ces campagnes, qui mettent en vedette des fruits et légumes estivaux qui sont frais, sains et cultivés par des producteurs canadiens, sont très populaires auprès de la clientèle. Nous avons aussi continué de maximiser la quantité de produits frais offerts toute l'année dans tous nos magasins. Ainsi, environ 30 % des achats de fruits et légumes effectués par Loblaw au cours de la dernière année l'ont été auprès de producteurs canadiens. De plus, jusqu'à 40 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins durant la saison de croissance provenaient de producteurs canadiens.

CENTRES DE JARDINAGE

Dans le cadre de notre engagement en matière d'approvisionnement local, nous nous associons chaque année à plus de 25 producteurs de partout au pays, qui nous fournissent plantes et végétaux pour nos centres de jardinage. Certains de ces producteurs travaillent avec nous depuis plus de deux générations. Plusieurs de leurs produits sont présentés dans le journal *Trouvailles* Centre de jardinage *le Choix du Président* chaque printemps. Chez Loblaw, nous nous fions à l'expertise de nos producteurs, qui parcourent le monde à la recherche de nouvelles tendances. Nombre d'entre eux agissent à titre de conseillers et nous aident à choisir les produits qui pousseront le mieux dans notre climat et qui plairont à notre clientèle.

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement (suite)

BŒUF ET PORC

Nous nous efforçons d'aider l'industrie canadienne à se constituer des stocks suffisants afin que nous soyons en mesure de respecter notre engagement, soit de vendre dans nos magasins du bœuf et du porc qui soient d'origine canadienne à 100 % d'ici la fin de 2012.

En 2011, en raison des liens de plus en plus étroits qui nous unissent à l'Ontario Cattle Feeders Association (OCFA), le nombre de fournisseurs de bœuf certifié Ontario Corn Fed Beef avec qui nous faisons affaire est passé de 240 à environ 500. Le bœuf homologué par l'OCFA porte le logo de l'organisme afin de permettre aux consommateurs de repérer facilement les produits d'origine ontarienne.

VIANDE *PC SIMPLEMENT BON*

Nous avons lancé notre gamme de bœuf, de porc et de volaille *PC Simplement bon* en 2009. Les animaux sont élevés sans hormones ni antibiotiques, et le bœuf et la volaille sont nourris au grain. Ce qui rend cette gamme de produits si spéciale, c'est l'importance particulière accordée aux producteurs locaux, dont plusieurs figurent sur les emballages. Tous nos produits de volaille et de porc *PC Simplement bon* proviennent exclusivement du Canada, tandis que le bœuf *PC Simplement bon* vient du Canada et des États-Unis.



ASSURANCE QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

Nous voulons que nos clients aient l'assurance que les aliments qu'ils se procurent chez nous sont sécuritaires. Nous nous engageons à offrir continuellement des produits sécuritaires de qualité supérieure à nos clients et à nous assurer que nos processus sont eux aussi sécuritaires et conformes. Nous avons mis en place des normes de gestion de la sécurité et des procédures opérationnelles rigoureuses qui s'appliquent aussi bien à nos activités qu'à celles de nos fournisseurs.

À la fin de l'exercice, nous avons atteint notre objectif consistant à nous approvisionner uniquement auprès de fournisseurs de produits de marques contrôlées conformes aux normes de l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA). Ceci s'ajoute à la certification qu'ont dû obtenir nos fournisseurs d'aliments prêts-à-manger en 2010.

Nous avons également mis sur pied une banque de données en ligne permettant de retracer les ingrédients de tous nos produits de marques contrôlées.

Dans le cadre de notre engagement continu envers l'amélioration des normes de salubrité des aliments, ainsi que pour renforcer nos relations avec nos fournisseurs de produits de marques contrôlées, nous avons institué l'Académie Loblaw en partenariat avec le Canadian Research Institute for Food Safety de l'Université de Guelph. L'Académie Loblaw est un programme novateur destiné à offrir aux fournisseurs un environnement d'apprentissage professionnel où ils pourront se familiariser avec les attentes de Loblaw en matière de salubrité et de qualité des aliments, acquérir des compétences professionnelles et techniques à ce chapitre et faire du réseautage. Nous prévoyons mettre l'Académie Loblaw à l'essai l'an prochain auprès de certains fournisseurs de produits de marques contrôlées.



LA GLOIRE DU YOGOURT GREC PC

Notre gamme de Yogourt grec PC a fait un tabac dès son arrivée sur les tablettes. Ce yogourt est délicieux, et plusieurs variétés sont exemptes de matières grasses et contiennent deux fois plus de protéines que notre yogourt ordinaire. Fait moins connu, notre Yogourt grec PC est produit en grande partie par la ferme caprine Skotidakis. Avant de produire le Yogourt grec PC, la ferme Skotidakis était une entreprise canadienne relativement modeste. Mais grâce au succès incomparable de notre Yogourt grec PC, cette petite entreprise familiale d'Ontario a accru sa capacité commerciale et connaît maintenant un succès fulgurant.



SAPINS DE NOËL FRASER PC

Conformément à notre engagement en matière d'approvisionnement local et durable, nos Sapins de Noël Fraser PC proviennent d'arboriculteurs québécois respectueux de l'environnement. L'un des principaux obstacles à l'achat d'un véritable arbre de Noël est l'impact sur nos forêts vierges et sur l'environnement. En fait, les Sapins de Noël Fraser PC, cultivés et coupés spécialement à cette fin, permettent de réduire notre incidence sur l'environnement. Au Canada, cinq à six millions d'arbres de Noël sont cultivés dans des sapinières chaque année.



Centre de recherche
alimentaire du Canada

CENTRE DE RECHERCHE ALIMENTAIRE DU CANADA

Consciente du rôle crucial de l'alimentation au sein de la société et des défis qui attendent cette dernière, Loblaw a joué un rôle de premier plan dans la mise sur pied du Centre de recherche alimentaire du Canada du Conference Board du Canada. La mission du Centre de recherche est de sensibiliser le public à l'importance du secteur de l'alimentation dans l'économie et la société canadiennes, et de définir un cadre en vue d'une stratégie alimentaire nationale. Il s'agit d'un sujet qui nous tient à cœur, et nous souhaitons faire une différence dans l'intérêt de tous les Canadiens. Pour en savoir plus sur les initiatives du Centre de recherche alimentaire du Canada, rendez-vous sur son site Web.



PALMARÈS 2011 DES SUPERMARCHÉS EN MATIÈRE DE PRODUITS DE LA MER DURABLES SELON GREENPEACE

Loblaw s'est classée au premier rang du palmarès de Greenpeace des grands supermarchés canadiens. Notre engagement en matière d'approvisionnement en produits de la mer durables et nos réalisations nous ont permis de nous tailler une place en tête de peloton. Notre note globale a connu une hausse de 19 % par rapport à l'an dernier.



Faire une différence positive dans notre communauté

Pour la majorité des Canadiens, c'est en magasin que l'incidence de Loblaw se fait le plus sentir. En plus de répondre aux besoins quotidiens des ménages, nos magasins offrent de bons emplois, contribuent aux programmes sociaux et sont maintenant une destination en matière de services de santé et de bien-être. Au-delà de sa contribution à l'échelle locale, Loblaw contribue également de façon importante aux programmes nationaux qui font la promotion de la santé et du bien-être des Canadiens de tous âges et de la préservation de l'environnement.

Nous avons embauché 11 diététistes qui offrent leurs services dans 24 magasins.

Nous avons lancé le système de notation nutritionnelle *Guiding Stars*.

Nous avons modifié la recette de 208 produits de marques contrôlées transformés pour en réduire la teneur en sodium de 19 % en moyenne.

Depuis 1989, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé plus de 72 millions de dollars à plus de 10 000 familles et programmes de nutrition au Canada.

Avec l'aide de nos collègues, clients et fournisseurs, nous avons versé plus de 38 millions \$ à divers organismes sans but lucratif au Canada.



RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Loblaw joue un rôle de premier plan dans l'économie canadienne. Nous sommes l'un des plus importants acheteurs de biens et services canadiens, l'un des plus grands employeurs du secteur privé au Canada et le plus important propriétaire immobilier au pays. Dans l'ensemble, nos 1 046 magasins détenus par la société et franchisés procurent de l'emploi à 135 000 collègues et employés partout au pays.

Voici quelques faits saillants concernant notre rendement financier cette année :

- 22 nouveaux magasins
- Rénovations majeures dans 78 magasins
- Nous avons maintenant 12 boutiques *Joe Fresh* autonomes au Canada et 20 supermarchés *T&T*
- Magasins détenus par la société : nous sommes propriétaires de 72 % des biens immobiliers
- Magasins franchisés : nous sommes propriétaires de 46 % des biens immobiliers
- Nos ventes de produits et services au Canada s'élèvent à 31,3 milliards de dollars

Pour plus de renseignements à propos du rendement de Loblaw sur le plan financier, consultez notre Rapport annuel 2011.

Faire une différence positive dans notre communauté (suite)



SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

En tant que plus grand détaillant en alimentation au Canada, nous pouvons véritablement aider les Canadiens à faire de meilleurs choix santé et à adopter un mode de vie plus sain. Nos clients nous font confiance pour choisir des légumes, des fruits, de la viande, du pain de grains entiers et des produits laitiers frais et sécuritaires. Notre gamme de produits *PC Menu bleu* propose un large éventail de produits santé et elle ne cesse de s'élargir chaque année.

Les produits alimentaires ne constituent qu'un élément de la longue liste de produits, de ressources et de programmes maintenant offerts dans nos magasins dans le cadre de notre nouvelle stratégie de santé et de bien-être. En 2011, nous avons lancé le projet pilote du système *Guiding Stars* dans quatre magasins détenus par la société de l'Ontario. Il s'agit d'un système de notation selon lequel tous les produits alimentaires se voient attribuer de zéro à trois étoiles selon leur valeur nutritionnelle, pour permettre aux clients de repérer plus facilement les choix santé lorsqu'ils font leur épicerie. Loblaw a été le premier détaillant canadien à implanter ce programme. Plus de 20 000 aliments offerts dans nos magasins ont été vérifiés par des tiers à l'aide du système de notation *Guiding Stars* pour déterminer leur classement en termes d'étoiles. Les produits alimentaires reçoivent des points pour les vitamines, minéraux, fibres alimentaires, grains entiers et acides gras oméga-3 qu'ils contiennent et en perdent pour les gras trans et saturés ainsi que le sodium et les sucres ajoutés.

Nous avons aussi mis de l'avant des initiatives visant à sensibiliser les gens au diabète et à aider les personnes atteintes à bien vivre avec la maladie. Notre programme *Get Checked Now*, développé en collaboration avec l'Association canadienne du diabète (ACD), offre des évaluations informatisées et personnalisées du risque de développer la maladie, supervisées par un pharmacien de Loblaw, ainsi que des programmes éducatifs offerts par des représentants communautaires bénévoles de l'ACD. À la fin de l'exercice, plus de 19 000 évaluations ont été réalisées.

Dans le cadre d'un projet pilote, nous avons embauché 11 diététistes offrant leurs services dans 24 magasins détenus par la société en Ontario. Ces diététistes aident les clients à planifier leur menu, organisent des tournées de magasin portant sur la lecture des étiquettes, tiennent des dégustations et donnent de l'information en matière de santé ainsi que des cours de cuisine. Ils travaillent aussi de concert avec les pharmaciens en magasin et d'autres professionnels de la santé afin d'offrir des programmes de santé intégrés pour aider la clientèle à prévenir et faire face à certaines conditions chroniques.

En collaboration avec l'ACD, nous avons mis sur pied des séances mensuelles d'information sur le diabète dans les magasins participants du pays. Lors de ces séances, les clients obtiennent des renseignements sur le diabète, visitent l'épicerie en compagnie d'un diététiste de même que la pharmacie en compagnie d'un pharmacien, et apprennent à cuisiner des recettes approuvées par l'ACD dans les Écoles culinaires *PC*.

Parmi les autres initiatives de santé intégrées, citons le programme personnalisé de gestion des allergies alimentaires, un programme offert en partenariat avec Anaphylaxie Canada qui aide les parents et les personnes souffrant d'allergies à mieux gérer les allergies alimentaires mortelles. En collaboration avec le Centre Beclé pour la santé du cœur, les pharmaciens de Loblaw offrent des évaluations gratuites du risque de maladie cardiovasculaire dans les magasins participants. L'évaluation, qui dure 20 minutes, dresse un portrait personnalisé des facteurs de risques de maladie cardiovasculaire des clients.

NOUVEAUX EMBALLAGES *PC MENU BLEU*

Un autre important projet de 2011 fut l'amélioration du look des emballages de notre gamme de produits *PC Menu bleu* en vue de leur lancement en 2012. Les caractéristiques plus saines des produits *PC Menu bleu* permettent aux clients de gérer leur consommation d'oméga-3, de fibres, de lipides, de sodium, de calories, de glucides, de probiotiques, et plus encore. Dans le cadre de ce changement de look, nous avons ajouté des symboles plus (+) et moins (-) sur les emballages pour que les clients puissent voir les bienfaits nutritionnels que chaque produit offre.



RÉDUCTION DU TAUX DE SODIUM

Le sodium est un nutriment essentiel que l'on retrouve dans le sel et dans plusieurs aliments. Notre corps a besoin de sodium pour être en santé, mais en consommer une trop grande quantité peut causer de l'hypertension, un facteur de risque important d'accidents vasculaires cérébraux et de maladies cardiaques.

Depuis les deux dernières années, l'une de nos priorités est de réduire la quantité de sodium contenue dans nos produits alimentaires de marques contrôlées transformés. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de notre engagement d'aider les Canadiens à diminuer leur consommation de sodium. En 2011, nous nous sommes fixé pour objectif à l'interne de réduire d'au moins 50 % le taux de sodium de 200 de nos produits de marques contrôlées transformés. Lorsque nous modifions la recette des produits, notre défi est d'en réduire le taux de sodium sans compromettre le goût, la sécurité, la durée de conservation ou la rentabilité du produit.

À la fin de l'exercice, nous avons réduit d'environ 19 % le taux de sodium de 208 produits de marques contrôlées transformés. Cela signifie que nos clients consommeront près de 43 tonnes de sodium de moins au cours de l'année à venir. Nous avons aussi conçu 288 nouveaux produits de marques contrôlées transformés qui respectent notre objectif. Ceux-ci comprenaient des produits de nos gammes *PC*, *PC Menu bleu* et *sans nom*.

En plus des modifications apportées aux recettes de nos produits pour en réduire la teneur en sodium, nos diététistes en magasin offrent des tournées de magasin intitulées *Manger santé* et *Un cœur en santé* ainsi que des évaluations nutritionnelles individuelles. Lors de ces visites portant sur la lecture des étiquettes, les diététistes font souvent référence au tableau de la valeur nutritive de Santé Canada lorsqu'ils enseignent aux clients à lire l'emballage des produits pour connaître la composition des aliments, par exemple la teneur en sodium.

Faire une différence positive dans notre communauté (suite)



LA FONDATION POUR LES ENFANTS LE CHOIX DU PRÉSIDENT

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP), l'une des plus importantes fondations parrainées par une entreprise au Canada, aide les enfants de partout au pays à vivre selon leur plein potentiel. Ses priorités sont les enfants atteints d'une déficience et la nutrition infantile. Depuis sa création en 1989, la FECP a remis plus de 72 millions de dollars à plus de 10 000 familles et programmes de nutrition au Canada.

En 2011, la FECP a versé 10,6 millions de dollars en dons à plus de 1 800 familles canadiennes. Ces dons servent généralement à défrayer les coûts liés à l'équipement, aux adaptations domiciliaires, aux soins de relève, aux thérapies développementales et physiques et aux véhicules adaptés. Les dons sont remis directement par nos magasins aux familles de leur collectivité respective.

Nous croyons qu'une bonne nutrition est essentielle à la santé de nos enfants, et voulons leur offrir toutes les ressources nécessaires pour favoriser leur apprentissage. En 2011, la FECP a versé 2,75 millions de dollars à plus de 4 000 programmes de nutrition au Canada.

Les fonds de la FECP proviennent de dons de Loblaw et de ses fournisseurs ainsi que de diverses activités de collecte de fonds tenues en magasin, à nos centres de distribution détenus par la société et à nos centres de services aux magasins. Ces événements ont permis d'amasser plus de 11 millions de dollars au profit de la FECP en 2011.



DONS DE L'ENTREPRISE

Les efforts que nous déployons pour la communauté (à la fois par l'entremise de contributions financières et de programmes), sont axés sur les priorités suivantes : la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP), des enfants actifs et en santé, et en santé, nourrir les gens de notre voisinage et rendre nos villes plus vertes.

En 2011, nous avons investi 5,3 millions de dollars dans de nombreuses initiatives, dont les suivantes :

- La Fondation pour les enfants *le Choix du Président* – Nous avons versé 1,8 million de dollars à la FECP, qui vient en aide aux familles qui ont un enfant aux prises avec une déficience physique ou intellectuelle, ainsi qu'à divers programmes favorisant une saine nutrition chez les enfants.
- Programme de dons *Pour après l'école* – Nous avons remis 250 000 dollars à 112 programmes offerts après l'école afin d'aider les enfants à adopter un mode de vie sain et actif.
- WWF – Nous avons versé 3 millions de dollars sur trois ans à WWF, entre 2009 et 2011. Grâce à une partie des profits de la vente des sacs en plastique dans nos magasins, nous avons établi un partenariat avec WWF afin de mobiliser les gens pour qu'ils posent des gestes favorables à l'environnement et participent à divers événements, comme la *Journée nationale de la p'tite laine*, le Programme de subventions scolaires éco-communautaires et le *Grand nettoyage des rivages canadiens*.
- Banques alimentaires Canada – Nous avons fait un don de 250 000 dollars à Banques alimentaires Canada, et avons tenu deux collectes nationales de denrées alimentaires *Juste un peu plus, ça aide!* dans nos magasins.
- Université de Guelph – Nous avons versé un don de 3 millions de dollars à cette université dans le but de mettre sur pied la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Les Compagnies Loblaw limitée.
- Conference Board du Canada – Nous avons remis 50 000 dollars au Conference Board du Canada pour créer le Centre de recherche alimentaire du Canada, et 25 000 dollars au Canadian Alliance for Sustainable Health Care.

LES PRIORITÉS DE LOBLAW EN MATIÈRE DE SOUTIEN



● Fondation pour les enfants <i>le Choix du Président</i>	33 %
● Des enfants actifs et en santé	7 %
● Rendre nos villes plus vertes	3 %
● Nourrir les gens de notre voisinage	13 %
● Recherche et éducation	3 %
● Autres activités locales	40 %

Faire une différence positive dans notre communauté (suite)



DONS COMMUNAUTAIRES

COMMANDITES ET INVESTISSEMENTS LOCAUX

En 2011, les magasins détenus par la société et les franchisés ont versé 1,9 million de dollars à des causes et à des organismes de leur communauté. Par exemple, lorsqu'une forte tornade a frappé la communauté de Goderich, en Ontario, le magasin *Zehrs* local s'est transformé en centre de secours pour les sinistrés. En plus des collègues du magasin qui ont mis la main à la pâte, nous avons mis à leur disposition des remorques réfrigérées pour qu'ils puissent entreposer leurs produits réfrigérés, un camion rempli de friandises glacées dont la valeur totalisait 5 000 \$, un camion contenant 180 kilogrammes de bœuf, des cartes-cadeaux *PC* et *Joe Fresh*, de l'eau et diverses fournitures. Nous avons également fait un don de 5 000 \$. La valeur totale de la contribution de Loblaw s'est élevée à plus de 20 000 \$.

Nous avons aussi investi 4,5 millions de dollars en commandites d'entreprise, comme celle de l'organisme *Alpine Canada Alpin*, en don de cartes-cadeaux, et par l'entremise du programme *Save-a-Tape*, qui soutient les organismes sans but lucratif des communautés locales des magasins *Zehrs*.

COLLECTES DE FONDS

Chaque semaine, plus de 14 millions de clients font leurs achats dans nos magasins, partout au Canada. Nous tâchons d'aider les organismes sans but lucratif de nos communautés et de faciliter la manière de faire des dons pour nos clients en organisant des collectes de fonds à la caisse et à l'entrée des magasins. En 2011, plus de 23 millions de dollars ont été amassés au profit de la FECP, l'aide aux sinistrés et de nombreuses autres bonnes causes.

Par exemple, pour aider les habitants de Slave Lake, en Alberta, qui ont été évacués en raison d'un incendie dévastateur, les magasins *nofrills*, *Real Canadian Superstore* et *Extra Foods* de l'Ouest se sont alliés pour amasser des fonds. Au total, les clients et les propriétaires franchisés ont versé plus de 264 000 \$ au *Severe Weather Fund* de la Croix-Rouge de l'Ouest canadien. Ces fonds ont permis de mettre en place des équipes d'intervention rapide en mobilisant du personnel et d'offrir du matériel d'urgence pour aider les sinistrés.

Nous avons aussi recueilli 1,4 million de dollars et 680 000 kg en denrées au profit des banques alimentaires locales partout au Canada lors de nos collectes de denrées *Juste un peu plus, ça aide!* Le point fort de la collecte de denrées de fin d'année a été nos boîtes de Macaroni au fromage cheddar *PC Menu bleu*, offertes en Ontario, dans l'Ouest canadien et dans les provinces atlantiques. Elles étaient vendues au coût de 5 \$, ce qui incluait un don de 1 \$ en argent et un don en denrées non-périssables nutritives (y compris une boîte de macaroni au fromage) d'une valeur de 4 \$. Les fonds et les denrées recueillis ont été remis à des banques alimentaires locales du pays. Au Québec, nous avons de nouveau collaboré avec *La grande guignolée des médias* pour recueillir des denrées alimentaires et des dons au profit des banques alimentaires locales de la province. Les clients ont fait leurs dons dans les magasins *Loblaws*, *Provigo*, *Maxi* et *Maxi & Cie* de leur région.



INAUGURATION DE LA CHAIRE DE RECHERCHE SUR LA PRODUCTION ALIMENTAIRE DURABLE

Le professeur Ralph Martin, une sommité dans le domaine de la création de réseaux de recherche et d'expertise en agriculture, a été nommé président de la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Les Compagnies Loblaw limitée à l'Université de Guelph. M. Martin, ancien professeur en sciences végétales et animales à l'Agricultural College de la Nouvelle-Écosse, fut également le directeur fondateur du Centre d'agriculture biologique du Canada, le seul établissement du genre au pays.

Cette chaire de recherche, créée grâce à un don de 3 millions de dollars de Loblaw, constitue la pierre angulaire de la recherche sur le renforcement du secteur de la production alimentaire de l'Université de Guelph. Première initiative du genre au Canada, cette chaire sera à l'origine de changements au niveau des systèmes de production alimentaire, par l'entremise de l'éducation, de la recherche, de la pratique et du partage de connaissances, et ce, dans un contexte tenant compte des facteurs essentiels liés au développement durable, à l'environnement, aux communautés et à l'économie. Nous désirons établir un centre d'excellence mondial et réunir les meilleurs cerveaux ainsi que les meilleures idées afin de faire du Canada un chef de file mondial de la production alimentaire durable.



HABITAT POUR L'HUMANITÉ CANADA

Dans le cadre d'un partenariat pluriannuel, nous avons mis en marché des articles de marque *Everyday Essentials* spécialement conçus pour une campagne de financement au profit d'Habitat pour l'humanité Canada (HPHC). Le premier produit, lancé en 2011, consistait en un ensemble de quatre tasses en porcelaine rayées offert dans une jolie boîte à chapeau, le tout vendu au coût de 10 \$. Les profits nets ont été remis à Habitat pour l'humanité Canada afin d'appuyer la construction de maisons abordables destinées aux familles canadiennes à faible revenu au moyen de programmes comme le partenariat « 360 Construire des liens durables ». Nos collègues contribuent activement à ce partenariat en participant de façon bénévole à la construction de maisons pour Habitat pour l'humanité.



DES BALLEES QUI TOMBENT DU CIEL

Chaque année, les magasins *Dominion* et *SaveEasy* de Terre-Neuve-et-Labrador organisent une collecte de fonds en vendant des billets pour l'événement « Helicopter Ball Drop », dont les profits sont remis à la Janeway Children's Hospital Foundation. Les organisateurs pigent au hasard 1 600 billets numérotés, puis inscrivent les numéros pigés sur 1 600 balles de golf. Les balles sont ensuite placées dans un hélicoptère, qui les largue sur un terrain de golf de la région. Le détenteur du billet correspondant au numéro de la balle qui atterrit le plus près du trou sélectionné gagne un prix. L'an dernier, les magasins *Dominion* et *SaveEasy* de Terre-Neuve-et-Labrador ont amassé plus de 29 000 \$ au profit de la Janeway Children's Hospital Foundation.



BIOTROUSSES DU SENTIER TRANSCANADIEN

Le Sentier transcanadien a frappé l'imaginaire des Canadiens. Il s'agit d'un vaste réseau de sentiers locaux s'étendant sur plus de 16 500 kilomètres, aménagé et mis en valeur par un organisme sans but lucratif enregistré, et entretenu par de fiers bénévoles des quatre coins du pays. L'objectif est de relier les deux océans par le sentier d'ici 2017, année du 25^e anniversaire de l'inauguration du sentier et du 150^e anniversaire de la Confédération. Loblaw soutient à la fois l'Équipe d'entretien des sentiers et la BioTrousse. Cette trousse, qui a pour thème l'exploration, permet aux enfants d'en apprendre davantage sur la nature et sur leur pays tandis qu'ils sillonnent le sentier.



Refléter les diversités culturelles de notre pays

Nous nous sommes donné comme priorité de refléter la diversité croissante du Canada dans les produits que nous offrons, les gens que nous embauchons et la culture instituée au sein de notre milieu de travail.

Nous avons élargi notre sélection de fruits et légumes internationaux et de viandes halal en magasin, 92 % de nos magasins offrant certains de ces produits.

Nous avons élu 21 nouveaux champions de la diversité qui chapeauteront diverses initiatives d'inclusion au sein de leur division.

Nous avons augmenté le pourcentage de femmes occupant un poste de directrice dans nos magasins de 6,4 % par rapport à 2010, pour le porter à 23 %.



OFFRIR DES PRODUITS PROVENANT DES QUATRE COINS DU MONDE

Loblaw continue d'élargir sa sélection de produits afin de refléter la diversité de notre pays. Nous voulons offrir à nos clients la meilleure sélection de produits internationaux reflétant à la fois les saveurs, la qualité et les traditions de leur pays d'origine et du monde entier.

En 2011, l'un de nos grands objectifs était d'améliorer notre offre de produits frais. Pour ce faire, nous avons ajouté davantage de fruits et légumes internationaux et de viandes halal en magasin, en plus d'améliorer nos gammes de produits internationaux de marques contrôlées. À la fin de l'année, plus de 200 variétés de fruits et légumes de provenance internationale et plus de 160 produits de viande halal étaient offerts, et 92 % de nos magasins proposaient certains de ces produits. La sélection varie selon la bannière, l'emplacement des magasins et le tissu ethnique des collectivités.

Nous proposons actuellement trois gammes d'authentiques produits internationaux de marques contrôlées à prix abordable.

La marque *Rooster* compte 17 produits de l'Extrême-Orient et de l'Asie du Sud-Est, notamment du riz, des nouilles, des sauces, du lait de coco et des bouillons. Le riz de marque *Rooster* est actuellement le plus vendu au Canada.

La marque *Suraj* compte 75 produits de l'Asie du Sud, dont des épices, du riz, de la farine, des haricots, des huiles, du pain et du thé.

La marque *Azami* englobe neuf produits japonais, parmi lesquels on trouve riz, nouilles, collations, sauces, algues et pâte de wasabi.

De plus, nous continuons de célébrer des fêtes culturelles du monde entier, y compris le Nouvel An chinois, le ramadan, la Pâque juive et Diwali. Chaque année, nous remplissons nos tablettes de produits traditionnels afin que nos clients y trouvent leurs produits favoris provenant de leur pays d'origine et qu'ils puissent célébrer leurs fêtes et leurs traditions en compagnie de leur famille et de leurs amis.

Refléter les diversités culturelles de notre pays (suite)



UN MILIEU DE TRAVAIL INCLUSIF

Chaque année, nous nous efforçons de rendre notre milieu de travail toujours plus accueillant et inclusif pour les personnes d'origine, de capacités, d'orientation, de compétences et d'âge divers. Voici certaines des initiatives mises en œuvre en 2011 :

- Nous avons nommé 21 champions de la diversité au terme d'un processus de sélection dans le cadre duquel les collègues intéressés devaient soumettre une candidature écrite et participer à des entrevues menées par le Conseil d'inclusion de Loblaw. Les champions de la diversité ont reçu une formation sur la sensibilisation à la diversité et sont responsables de la bonne exécution des initiatives liées à la diversité au sein de leur division. Ils doivent également participer à divers événements communautaires et accorder de huit à dix heures par mois à leurs tâches liées à la promotion de la diversité.
- Nous avons augmenté le nombre de salles de réflexion dans nos magasins détenus par la société et dans nos centres de services aux magasins. Une salle de réflexion est un endroit silencieux où les collègues peuvent se rendre pour prier, réfléchir ou méditer.
- Nous avons continué de développer nos partenariats avec des organismes qui viennent en aide aux personnes issues de groupes démographiques spécifiques qui souhaitent trouver un emploi et intégrer le marché du travail, souvent au moyen de stages rémunérés. Par exemple, nous avons créé plusieurs postes pour des stages rémunérés en collaboration avec l'Organisation Avantage Carrière, un organisme sans but lucratif qui offre trois programmes : Avantage Carrière pour les nouveaux diplômés, Avantage Sans Limites pour les diplômés atteints d'un handicap et Avantage Professionnel pour les personnes ayant obtenu un diplôme à l'étranger.
- Nous avons créé et mis à l'essai le programme *Life's Next Steps* à l'intention des collègues qui prévoient prendre leur retraite dans les cinq prochaines années. Ce programme aide les collègues à se préparer en vue des changements qui les attendent à leur retraite.

LES FEMMES CHEZ LOBLAW

En 2011, nous avons augmenté le pourcentage de femmes occupant un poste de directrice dans nos magasins de 6,4 %, alors qu'il atteignait 23 % à la fin de l'année. Nous avons réalisé des progrès considérables au Québec et sommes heureux d'annoncer que 31 % des personnes se retrouvant à la tête de magasins conventionnels sont des femmes.

Le réseau Femmes@Loblaw, qui regroupe les collègues de sexe féminin en vue de favoriser leur développement professionnel et le réseautage, est l'une de nos initiatives visant à aider les femmes à faire progresser leur carrière. En avril 2011, plus de 125 femmes ont participé au premier congrès national du réseau Femmes@Loblaw. Des femmes occupant des postes allant de directrice adjointe de magasin à vice-présidente exécutive se sont réunies pour générer des idées d'amélioration pour l'entreprise.



FAVORISER L'ACCESSIBILITÉ

En Ontario, les normes relatives à l'embauche de personnes handicapées ont été intégrées dans la législation le 1^{er} janvier 2012. Toutefois, nous avons décidé d'appliquer les mêmes normes dans l'ensemble de notre entreprise. La première étape consistait à améliorer l'expérience de magasinage de nos clients atteints d'un handicap. Nous avons créé une trousse d'information pour sensibiliser nos collègues aux divers types de handicaps et leur avons donné des trucs et des outils pour mieux servir les clients. La deuxième étape mettra l'accent sur l'amélioration de l'accessibilité au sein du milieu de travail.



MEILLEUR EMPLOYEUR POUR LES NOUVEAUX ARRIVANTS

Nous avons eu l'honneur d'être sélectionnés parmi les meilleurs employeurs pour les nouveaux arrivants en 2011 par Mediacorp Canada inc. Loblaw a été choisie notamment pour les raisons suivantes :

- En partenariat avec l'Université de Toronto, nous avons offert des stages de quatre mois aux étudiants en pharmacie, ayant obtenu un diplôme à l'étranger, pendant qu'ils terminaient leurs études ici au Canada; une fois leur diplôme obtenu, nous avons considéré leur candidature pour un poste permanent.
- Notre collaboration avec Access Employment et Avantage Professionnel nous a permis de recruter des nouveaux Canadiens dont le profil correspondait aux exigences de postes vacants au sein de l'entreprise.
- Nous avons commandité le site « Talent Oyster », un site d'emplois canadien disponible en 11 langues différentes.
- En partenariat avec les Immigration Settlement and Integration Services (ISIS), nous avons conçu la vidéo « L'anglais au travail » à l'intention des nouveaux Canadiens à la recherche d'un emploi dans la région de l'Atlantique



STAGIAIRE DE L'ANNÉE

L'histoire d'amour entre Fenella Chiu et Loblaw a commencé par un simple stage à court terme. Grâce au programme Avantage Sans Limites, nous avons eu la chance de connaître Fenella, une employée d'exception qui travaille maintenant pour nous de façon permanente. Avantage Sans Limites, de concert avec les entreprises participantes, permet de trouver un emploi à des candidats handicapés. Il appuie les candidats de même que l'entreprise tout au long du processus d'embauche et de la durée de l'emploi. Lors de l'entrevue, on a demandé à Fenella de quel type d'aide elle aurait besoin, et on lui fournit maintenant cette aide dans le cadre de son travail. Avantage Sans Limites a récemment nommé Fenella stagiaire de l'année 2010-2011 pour sa contribution et son rendement exceptionnels. Félicitations, Fenella!



MICROSKILLS

MicroSkills est un organisme sans but lucratif qui dessert les communautés de Toronto et des environs et qui est destiné prioritairement aux immigrants, aux jeunes, aux minorités visibles et aux femmes à faible revenu. On y offre des services d'aide au logement, à l'emploi et au travail indépendant. Loblaw s'est associée à MicroSkills dans le cadre de trois projets de recherche de RSE au cours des deux dernières années.



Être un milieu de travail formidable

Nous croyons fermement que Loblaw doit sa réussite aux idées, au talent et à la contribution de ses collègues. Il est essentiel pour nous de susciter non seulement l'engagement des collègues, mais aussi leur enthousiasme pour leur travail, leur communauté et les millions de gens avec qui ils interagissent quotidiennement. La communication ouverte, la récompense et la reconnaissance du bon travail, l'apprentissage continu, un environnement de travail sécuritaire et dynamique et un solide engagement envers la responsabilité sociale de l'entreprise nous permettent d'atteindre ces objectifs.

Loblaw a été sélectionnée parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada pour la 3^e année consécutive et parmi les meilleurs employeurs pour les jeunes canadiens pour une 2^e année consécutive.

Nous avons lancé un programme national de bourses d'études postsecondaires dans le cadre duquel nous avons remis 200 bourses de 1 500 \$ chacune.

Nous avons réduit de 19 % le nombre d'accidents de travail.

49 257 collègues ont reçu une formation de Loblaw en matière de commerce de détail dans nos 16 centres d'apprentissage.



ENGAGEMENT DES COLLÈGUES

Au cours des dernières années, nous avons mis en œuvre différents outils et processus dans le but de promouvoir une culture d'entreprise dans laquelle les équipes sont complices, bien renseignées et engagées.

Les résultats du sondage *Dire les choses comme elles sont* à l'intention des collègues nous ont fourni de précieux indices sur notre rendement à cet égard. Chaque collègue est invité à y participer à deux reprises durant l'année. Le taux de participation est élevé, soit 86 % à l'échelle nationale. Parmi les améliorations notables en 2011, mentionnons

une augmentation nationale de 2 % par rapport à 2010 aux questions concernant l'apprentissage et le développement de nouvelles compétences ainsi que le fait de travailler pour une entreprise qui reflète la diversité de la communauté. Dans nos centres de services aux magasins, les résultats aux questions sur la rétroaction de manière constructive, la reconnaissance et le renforcement positif ont connu une hausse de 7 %.

Les récompenses externes confirment que nous sommes sur la bonne voie et que les objectifs et les valeurs qui nous tiennent à cœur sont tout aussi importants pour nos collègues et nos clients. Nous sommes fiers d'avoir été sélectionnés par Waterstone Human Capital inc. en 2011 comme ayant l'une des 10 cultures d'entreprise les plus admirées au Canada, et surtout d'être le seul détaillant en alimentation du lot.

Loblaw a aussi été nommée parmi les 100 meilleurs employeurs canadiens pour une troisième année consécutive, et parmi les meilleurs employeurs canadiens pour les jeunes pour une deuxième année d'affilée.

Être un milieu de travail formidable (suite)



FORMATION ET DÉVELOPPEMENT

Nous avons à cœur d'aider nos collègues à gravir les échelons et à développer leur plein potentiel. L'entreprise propose d'ailleurs un large éventail de programmes de formation pour aider les collègues à chaque étape de leur carrière.

En 2011, nous avons annoncé le lancement d'un programme national de bourses d'études postsecondaires destiné aux collègues de Loblaw, aux membres de leur famille, à leurs amis et aux clients. L'entreprise a offert un total de 200 bourses de 1 500 \$ chacune. Ce programme de bourses d'études visait deux objectifs, soit récompenser le travail communautaire bénévole et promouvoir les études supérieures au moyen d'une aide financière. Parmi les 200 bourses remises en 2011, 88 % ont été attribuées à des collègues de Loblaw ou à des membres de leur famille.

Le programme finissants@Loblaw est unique en son genre et continue de gagner en popularité. Ce programme a jusqu'ici ouvert toutes grandes les portes de l'entreprise à bon nombre de finissants de niveau collégial et universitaire. Les candidats retenus ont la chance d'acquérir une expérience pratique en effectuant des rotations dans les différents secteurs de l'entreprise, notamment nos magasins et la mise en marché, avant de poursuivre leur carrière au sein de leur service d'affectation (celui pour lequel ils ont postulé).

Nous avons continué de promouvoir les initiatives Meilleur leadership en magasin (MLM) et Meilleur leadership de catégorie (MLC) par l'entremise de 16 centres de développement en 2011, auxquelles plus de 242 personnes ont assisté. Le Centre de développement offre des exercices en ligne et en personne qui permettent d'évaluer les compétences et la motivation des participants et de fournir une rétroaction sur leur plan de développement professionnel et sur la progression de leur carrière. Les initiatives MLM et MLC ont permis d'établir les fondements du développement professionnel et personnel chez Loblaw. Nous étendrons d'ailleurs le concept à d'autres postes clés de l'entreprise.

Loblaw continue d'offrir aux collègues de nombreuses possibilités d'acquérir de nouvelles compétences et de se développer. L'an dernier, nous avons formé 49 257 collègues dans nos 16 Centres d'apprentissage, qui sont en fait des établissements de formation entièrement équipés, annexés à un magasin. Nous avons également ajouté 35 nouveaux cours à l'intention des collègues au Centre d'apprentissage virtuel de Loblaw, ce qui a porté le total à 249 cours à la fin de l'exercice. En 2011, les collègues ont suivi 24 094 de ces cours en ligne. Par ailleurs, 67 149 séances de formation ont été offertes aux collègues par le personnel du service de formation et de développement.



SANTÉ ET SÉCURITÉ

Nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif « zéro accident ». Au cours des dernières années, nous avons accordé une attention particulière à la sécurité, ce qui nous a permis de réduire progressivement le nombre d'accidents sur les lieux de travail et d'adopter une culture axée sur la sécurité. En 2011, nous avons encore une fois dépassé notre objectif annuel, en diminuant les accidents de 19 % à l'échelle nationale. Depuis 2007, année où nous avons commencé à instaurer des procédures opérationnelles normalisées ainsi que des systèmes d'établissement de rapports plus rigoureux, nous avons réduit de 51 % le taux d'accidents.

Ces améliorations sont largement attribuables à une meilleure gestion de la sécurité par les gestionnaires, qui misent sur l'adoption de pratiques de travail sécuritaires, une meilleure compréhension et une surveillance accrue des dangers, l'encadrement et la formation des collègues, le retour au travail rapide et sans danger et la responsabilisation des collègues quant à leur propre sécurité et à celle de leurs pairs. Nous avons également mis en œuvre divers programmes qui se sont avérés très efficaces :

- Le programme de sécurité pour les jeunes employés de nos centres de distribution détenus par la société s'adresse aux jeunes collègues qui travaillent chez Loblaw pendant les vacances d'été. Ce programme comprend des éléments novateurs, notamment : un insigne identifiant les nouveaux collègues; un système de collègue accompagnateur en vertu duquel les jeunes collègues sont jumelés à un collègue d'expérience qui leur offre un encadrement dans les secteurs clés comme les techniques de levage sécuritaire, l'utilisation sécuritaire de l'équipement et le respect des règles de sécurité; des rencontres quotidiennes avec les jeunes collègues; des vérifications hebdomadaires axées sur les techniques d'assemblage et la manipulation des appareils; des enquêtes et analyses d'accident. Nous avons obtenu des résultats exceptionnels en 2011; nous avons en effet enregistré une diminution des blessures de 34 % chez les jeunes employés.
- Tous les magasins et les centres de distribution détenus par la société sont invités à participer au « défi zéro accident ». Les collègues sont récompensés pour leurs efforts quotidiens en vue d'éliminer les accidents. Ils sont d'ailleurs encouragés à respecter les procédures de travail sécuritaires et à travailler en équipe. Nous avons installé un tableau « défi zéro accident » dans les magasins et les centres de distribution détenus par la société où est affiché le décompte des jours sans accident. Les progrès de cette initiative sont communiqués aux collègues lors des rencontres quotidiennes, et leur réussite est célébrée chaque fois que 30 jours s'écoulent sans accident.
- Durant notre semaine nationale de santé, sécurité et bien-être, qui concorde avec la Semaine nord-américaine de la sécurité et de la santé au travail (SNASST), nous célébrons en grand la santé et la sécurité par des événements amusants, des tables rondes et un concours national sur la sécurité, le tout en vue de sensibiliser les collègues à la sécurité sur les lieux de travail. En 2011, Loblaw a reçu l'un des prix remis par la Société canadienne de la santé et de la sécurité au travail de la Colombie-Britannique et du Yukon. Nous avons remporté le prix dans la catégorie « Commerce de détail » pour notre programme de sécurité pour les jeunes employés dans nos centres de distribution détenus par la société.



DÉFI BIEN-ÊTRE DE 60 JOURS

La santé et le bien-être de nos collègues nous tiennent à cœur, et c'est pourquoi nous avons lancé le Défi bien-être de 60 jours dans certains centres de services aux magasins et centres de distribution détenus par la société à l'automne 2011. Que ce soit pour perdre du poids, garder la forme ou les deux, nos collègues ont saisi l'occasion d'adopter un mode de vie plus sain et plus actif. En équipe de deux à dix personnes, les participants devaient inscrire en ligne leur perte de poids hebdomadaire et les minutes consacrées à l'activité physique afin d'être admissibles au tirage des prix. Les résultats étaient ont été encourageants : 854 collègues ont participé au défi, pour un total de plus de 1 225 kilos perdus en 60 jours et de plus de 1,5 million de minutes d'activité physique. La réponse fort positive de nos collègues nous a convaincus de renouveler l'expérience en 2012.



LE GRAND NETTOYAGE DES RIVAGES CANADIENS

Le *Grand nettoyage des rivages canadiens*, présenté par Les Compagnies Loblaw limitée en partenariat avec le Fonds mondial pour la nature (WWF) et le Marine Science Centre de l'Aquarium de Vancouver, est une initiative de conservation d'une durée d'une semaine visant à encourager les Canadiens à garder nos eaux saines pour la faune et les collectivités qui dépendent d'elles. De nombreuses personnes des quatre coins du pays ont célébré le 18^e anniversaire de l'événement en 2011, y compris nos collègues qui ont apporté un coup de main. Plus de 40 magasins, deux centres de distribution détenus par la société et deux centres de services aux magasins ont démontré leur appui à la cause environnementale en ramassant les déchets sur les rivages de leur région. Le *Grand nettoyage des rivages canadiens* est rendu possible grâce à une partie des profits réalisés dans le cadre du programme national de facturation des sacs en plastique de Loblaw.



JOURNÉE « VÉLO AU BOULOT »

Une fois par mois, de mai à octobre, des dizaines de collègues de notre bureau Provigo à Montréal se rendent au travail à vélo afin de réduire le nombre de voitures sur la route et de promouvoir l'exercice. Lors de la journée « Vélo au boulot », les collègues garent leur voiture dans des espaces réservés à cet effet dans la ville et les environs, et se joignent à un guide bénévole et au reste du groupe pour faire la randonnée jusqu'au bureau.

Objectifs et réalisations

Respecter l'environnement

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
RÉDUCTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES		
Éviter l'enfouissement de 75 % des matières résiduelles générées par les centres de distribution détenus par la société.	À l'échelle nationale, nous avons évité l'enfouissement de 78 % des matières résiduelles générées par les centres de distribution détenus par la société. Les résultats varient selon les régions : Atlantique, 84 %; Québec, 86 %; Ontario, 74 %; Ouest, 76 %.	
Éviter l'enfouissement de 70 % des matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société.	À l'échelle nationale, nous avons évité l'enfouissement de 60 % des matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société. Les résultats varient selon les régions : Atlantique, 69 %; Québec, 57 %; Ontario, 69 %; Ouest, 51 %.	
Éviter l'enfouissement de 80 % des matières résiduelles générées par les centres de services aux magasins.	À l'échelle nationale, nous avons évité l'enfouissement de 75 % des matières résiduelles générées par les centres de services aux magasins. Même si nous n'avons pas atteint notre objectif, nous nous sommes améliorés de manière significative en instaurant des programmes de compostage dans trois bureaux en Ontario et dans un bureau au Québec. De plus, nous avons procédé à une caractérisation des matières résiduelles et nous avons mis en œuvre des plans d'action afin de nous améliorer davantage.	
Lancer un programme de valorisation des résidus organiques dans 30 magasins de l'Ontario.	En Ontario, nous avons modernisé les broyeurs de résidus organiques de 28 magasins et en avons installé deux nouveaux à Toronto, dans les magasins <i>Loblaws</i> du Maple Leaf Gardens ^{MD} ainsi que Queen et Portland.	
Produire des relevés de paie électroniques pour les centres de services aux magasins et éliminer les copies imprimées.	Loblaw a éliminé l'envoi postal de près de 300 000 documents papier par année en permettant aux collègues de recevoir leur relevé de paie en ligne.	
NORMES DE CONSTRUCTION		
Continuer à utiliser des normes de construction durable pour orienter la conception et la construction de tous les nouveaux magasins et centres de distribution détenus par Loblaw.	Tous les projets de construction des nouveaux magasins et centres de distribution détenus par la société intègrent des technologies durables pour réduire la consommation d'énergie et d'eau (par exemple, des contrôles de réfrigération, de l'éclairage automatique par détection de mouvement, des robinets à débit réduit, etc.).	
RÉDUCTION DES EMBALLAGES		
Réduire de 50 % l'utilisation d'emballages non recyclables pour nos produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2013.	Nous avons éliminé le polychlorure de vinyle (PVC) des plastiques rigides utilisés principalement dans les emballages de produits de marques contrôlées de santé et de beauté. Notons que cette initiative touche 115 produits.	
Progresser vers l'atteinte de notre objectif de réduire de 5 % l'emballage des produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2015.	Nous avons atteint environ le tiers de l'objectif que nous nous sommes fixé pour 2015. Nous avons réalisé des progrès importants en 2011 en réduisant de 356 000 kilogrammes la quantité d'emballages de 19 produits de marques contrôlées.	
Adopter un seul type de plastique pour tous les emballages double coque.	Tous les emballages double coque utilisés dans nos magasins (à l'exception des contenants isothermes) sont désormais faits d'une seule résine, le PET, afin d'en favoriser le recyclage par l'entremise de systèmes de collecte sélective. En 2011, 34 produits de marques contrôlées sont passés aux emballages en PET, pour en porter le total à plus de 250, principalement dans les catégories de la boulangerie et des fruits et légumes.	
Travailler de concert avec nos partenaires de l'industrie afin de favoriser le recyclage des emballages double coque et d'autres plastiques rigides par les municipalités en Ontario et dans d'autres régions où cela est possible.	Nous avons contribué à mener un projet au niveau de l'industrie visant à abolir les obstacles au recyclage des emballages double coque thermoformés et nous nous sommes associés à des partenaires de l'industrie pour lancer un nouveau protocole d'essai portant sur le recyclage des adhésifs et des étiquettes apposés sur les emballages double coque.	
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE		
Réduire la consommation d'énergie totale de 3 % par pied carré dans les magasins existants détenus par la société.	Nous avons atteint une réduction de 1 % par pied carré par rapport à 2010. Les résultats sont inférieurs à l'objectif en raison du remplacement de luminaires que vers la fin de l'année et d'une hausse imprévue de la consommation d'énergie, principalement en Ontario et dans les provinces de l'Atlantique. Nous avons mis en place un processus pour gérer les augmentations de consommation d'énergie dans les magasins détenus par la société où il n'y a pas eu de rénovations ni de remplacement des luminaires.	
Réduire la consommation d'énergie de 10 % dans les magasins rénovés détenus par la société dans les régions de l'Ouest canadien.	Nous avons atteint une réduction de 14 % de la consommation d'énergie dans les magasins rénovés détenus par la société dans la région de l'Ouest canadien.	
Valider le modèle d'affaires en vue de la mise en œuvre de nouveaux projets privilégiant l'énergie solaire dans les magasins détenus par la société en Ontario.	En 2011, nos quatre projets solaires étaient fonctionnels. À la fin de l'exercice, les quatre magasins détenus par la société avaient généré 222 780 kWh d'énergie propre, sans émission de dioxyde de carbone. Nous évaluons actuellement le rendement de ces panneaux en hiver. Si les résultats s'avèrent positifs, nous prévoyons étendre le projet d'installation de panneaux solaires à d'autres magasins détenus par la société en Ontario.	

 OBJECTIF ATTEINT  OBJECTIF PRESQUE ATTEINT OU EN VOIE DE L'ÊTRE  OBJECTIF NON ATTEINT OU AU STADE INITIAL

Objectifs et réalisations (suite)

Respecter l'environnement (suite)

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE (SUITE)		
Réduire les fuites de gaz réfrigérant de 5 % par rapport à 2010.	En 2011, nous avons réduit les fuites de gaz réfrigérant de 9,7 %, principalement en raison de l'établissement d'un nouveau programme amélioré de prévention des fuites et de procédures de rapport des fuites.	
Achever la modernisation de l'éclairage dans 70 magasins détenus par la société partout au pays.	Nous avons complété le remplacement des luminaires dans 112 magasins détenus par la société.	
Achever la modernisation de l'éclairage dans 5 centres de distribution détenus par la société.	Nous avons complété le remplacement des luminaires dans trois centres de distribution détenus par la société.	
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION DE CARBURANT ET EFFICACITÉ DE LA FLOTTE		
Améliorer le niveau d'efficacité de consommation de carburant de 5 %.	Nous avons amélioré notre rendement de 2 %. Les résultats sont inférieurs à l'objectif en raison de l'élargissement de notre flotte de transport et de l'augmentation du kilométrage parcouru par nos camions plus âgés pendant une bonne partie de l'année. Nous avons cependant fait d'importants progrès en ce qui concerne la réduction de l'empreinte carbone de notre flotte en achetant, vers la fin de l'année, 52 camions plus récents et plus efficaces, la plupart étant munis d'une cabine à couchette. Ces acquisitions ont porté le total de nouveaux camions sur la route à 135 en 2011. À eux seuls, nos nouveaux camions ont permis d'améliorer le taux d'efficacité de consommation de carburant de 9 %. Nous prévoyons ajouter, au cours des prochaines années, davantage de nouveaux camions à notre flotte, la plupart munis d'une cabine à couchette, ce qui nous permettra de réduire notre empreinte carbone de manière significative.	
Travailler de concert avec nos partenaires de l'industrie pour créer un plan d'ajout d'infrastructures permettant l'utilisation du gaz naturel liquéfié (GNL) en Ontario et au Québec.	Nous n'avons pas atteint cet objectif. Bien que l'infrastructure pour appuyer la technologie de GNL ne soit toujours pas disponible au Canada, nous continuons d'explorer les possibilités d'utiliser le GNL, afin d'être prêts lorsque l'infrastructure sera disponible.	
Concevoir et mettre en œuvre un projet pilote de système de refroidissement ne nécessitant pas de diesel pour toutes les remorques réfrigérées.	Nous avons complété trois projets pilote et avons obtenu de bons résultats. La prochaine étape consistera à commercialiser une remorque de ce genre.	
Mettre en place des incitatifs pour motiver les chauffeurs à réduire les émissions de dioxyde de carbone liées au carburant.	Nous n'avons pas atteint cet objectif. La technologie pour faire le suivi de la performance des chauffeurs est encore sous-développée; cependant, nous continuons de former nos chauffeurs afin qu'ils minimisent les temps de marche au ralenti et qu'ils effectuent des embrayages progressifs.	
Continuer à regrouper les déplacements pour réduire les distances parcourues à vide.	Notre objectif est d'augmenter le nombre de retours à charge et de maximiser le volume de chargement. Nous avons donc augmenté le nombre de retours à charge, qui est passé de 136 989 en 2010 à 163 379 en 2011. Nous avons aussi augmenté le nombre de trains routiers de notre flotte. Nous avons mis à l'essai deux remorques doubles de 53 pieds en Ontario et deux remorques triples de 53 pieds en Saskatchewan. Les trains routiers nous permettent de réduire le nombre de véhicules sur la route, et donc d'améliorer le taux d'efficacité de consommation de carburant.	

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
POISSONNERIE		
Accélérer la cadence pour assurer l'atteinte de notre objectif de nous approvisionner en produits de la mer exclusivement auprès de sources durables d'ici la fin de 2013.	Nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif. Nous avons augmenté l'offre de produits de la mer achetés de façon responsable, mis en œuvre des programmes de sensibilisation de la clientèle et continué de collaborer avec l'industrie.	
Augmenter de 100 % le nombre de produits de la mer capturés sur des stocks sauvages et certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC).	Nous avons augmenté le nombre de produits de la mer capturés sur des stocks sauvages et certifiés par le MSC offerts dans nos magasins, ce nombre étant passé de 22 en 2010 à 73 en 2011.	
Offrir des poissons certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC) et par l'Aquaculture Stewardship Council (ASC) dans nos comptoirs de produits de la mer frais.	Nous avons lancé les poissons frais capturés sur des stocks sauvages et certifiés par le MSC dans les comptoirs de la poissonnerie de 12 magasins de la région du Grand Toronto. Nous faisons de bons progrès; cependant, le programme de certification ASC est toujours en développement.	

 OBJECTIF ATTEINT  OBJECTIF PRESQUE ATTEINT OU EN VOIE DE L'ÊTRE  OBJECTIF NON ATTEINT OU AU STADE INITIAL

Objectifs et réalisations (suite)

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement (suite)

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
POISSONNERIE (SUITE)		
Continuer de mettre l'accent sur l'approvisionnement responsable en saumon d'élevage et offrir le Saumon <i>SourceSensée</i> dans les provinces atlantiques.	Nous avons étendu la distribution du Saumon <i>SourceSensée</i> à nos magasins de l'Ontario et du Québec, en plus de l'offrir dans les provinces de l'Atlantique. Nous élaborons une position interne intermédiaire sur l'aquaculture en déployant les produits de la mer <i>SourceSensée</i> à l'échelle du pays. Nous continuons de travailler avec des partenaires et des fournisseurs pour développer des solutions viables pour l'aquaculture en bassin clos.	
BŒUF ET PORC		
Nous approvisionner en bœuf et en porc uniquement auprès de producteurs canadiens d'ici la fin de 2012 (à l'exception des produits offerts à rabais et de certains magasins à escompte).	Nous nous efforçons d'aider l'industrie canadienne à se constituer des stocks suffisants afin que nous soyons en mesure de rencontrer nos objectifs d'ici la fin de 2012.	
PRODUITS FRAIS		
Continuer d'accroître notre engagement envers l'approvisionnement local dans les catégories des fruits et légumes et des viandes.	Nous avons augmenté le nombre de producteurs canadiens qui nous approvisionnent en fruits et légumes et en viandes. En 2011, quelque 30 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins provenaient de producteurs canadiens. Nous avons aussi lancé le bœuf certifié Ontario Corn Fed Beef dans plus de 150 magasins en Ontario, le nombre de producteurs de bœuf de l'Ontario avec qui nous faisons affaire passant donc de 240 à 500.	
BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX		
Travailler de concert avec l'industrie pour que tous les œufs de marque PC soient pondus par des poules en liberté.	Continuer de nous engager auprès des fournisseurs, de l'industrie et des universitaires. Nous continuons à travailler afin d'atteindre notre objectif.	
ASSURANCE QUALITÉ ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS		
Faire en sorte que tous nos fournisseurs de marques contrôlées soient certifiés par l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA).	Nous sommes conformes à 100 %. Tous nos fournisseurs de produits de marques contrôlées respectent les normes de l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA).	
Lancer un système de traçabilité des ingrédients de nos produits de marques contrôlées qui compte parmi les meilleurs de l'industrie.	Nous avons lancé une banque de données en ligne permettant de retracer les ingrédients de tous nos produits de marques contrôlées.	
AUDITS DES FOURNISSEURS		
Nous assurer que tous les fournisseurs signent le contrat d'approvisionnement de Loblaw.	56 % de nos fournisseurs de produits alimentaires et 74 % de nos fournisseurs de produits non alimentaires ont signé le contrat d'approvisionnement de Loblaw.	
Nous assurer que, chaque année, des audits de RSE soient menés dans les usines auprès desquelles Loblaw s'approvisionne directement, et qu'elles respectent le contrat d'approvisionnement de Loblaw.	Tous les fournisseurs nouveaux et actuels font l'objet d'un audit au moins une fois par année.	

Faire une différence positive dans notre communauté

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
SANTÉ		
Lancer un projet pilote de fiche de pointage portant sur les valeurs nutritionnelles pour les consommateurs.	Nous avons lancé la fiche de pointage <i>Guiding Stars</i> portant sur les valeurs nutritionnelles dans quatre magasins de la région de Toronto.	
Collaborer avec l'Association canadienne du diabète.	En collaboration avec l'Association canadienne du diabète (ACD), nous avons mis en œuvre le programme <i>Get Checked Now</i> en magasin, qui offre aux clients des évaluations informatisées et personnalisées du risque de développer le diabète. À la fin de 2011, plus de 19 000 évaluations avaient été réalisées.	
Embaucher des diététistes dans le cadre d'un projet pilote dans 10 magasins de l'Ontario.	Vingt-quatre magasins détenus par la société en Ontario offrent maintenant les services d'un diététiste.	
Lancer un programme en ligne sur le bien-être destiné aux collègues de l'entreprise.	Nous avons développé et lancé le programme pilote Défi bien-être de 60 jours dans certains centres de services aux magasins et centres de distribution détenus par la société. Au total, 854 collègues ont participé au programme, pour un total de plus de 1 225 kilos perdus en 60 jours et de plus de 1,5 million de minutes d'activité physique.	

 OBJECTIF ATTEINT  OBJECTIF PRESQUE ATTEINT OU EN VOIE DE L'ÊTRE  OBJECTIF NON ATTEINT OU AU STADE INITIAL

Objectifs et réalisations (suite)

Faire une différence positive dans notre communauté (suite)

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
SODIUM Modifier tous les produits de marques contrôlées pour qu'ils respectent les normes recommandées du gouvernement fédéral en ce qui a trait à la teneur maximale en sodium d'ici 2016.	Nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif, grâce à la mise en place de lignes directrices à l'interne concernant la réduction du taux de sodium de nos produits de marques contrôlées transformés.	
Réduire de 50 % la teneur en sodium de 200 produits de marques contrôlées existants, conformément aux exigences du gouvernement fédéral pour 2016.	Nous avons modifié la recette de 208 produits de marques contrôlées transformés pour réduire leur taux de sodium de 19 % en moyenne. Nous avons conçu 288 nouveaux produits de marques contrôlées transformés qui respectent notre objectif.	
LA FONDATION POUR LES ENFANTS LE CHOIX DU PRÉSIDENT (FECF) Mettre en œuvre la nouvelle stratégie de la FECF en matière de nutrition et de santé des enfants, notamment ceux atteints d'une déficience.	Nous avons complété un nouveau plan stratégique à long terme qui accorde une plus grande importance à la nutrition des enfants.	
RENDRE NOS VILLES PLUS VERTES En collaboration avec WWF, mettre sur pied des programmes incitant les gens à poser des gestes simples qui auront une incidence positive et mesurable sur le plan environnemental.	Grâce, entre autres, aux profits de la vente des sacs en plastique dans nos magasins, nous avons versé 3 millions de dollars sur trois ans à WWF afin de mettre sur pied trois initiatives annuelles dans le but de mobiliser les gens pour qu'ils posent des gestes bénéfiques pour l'environnement. Parmi ces initiatives, citons : la <i>Journée nationale de la p'tite laine</i> , le <i>Grand nettoyage des rivages canadiens</i> et le Programme de subventions scolaires éco-communautaires. WWF estime que 511 000 personnes ont abaissé leur thermostat pour la <i>Journée nationale de la p'tite laine</i> , que plus de 55 000 bénévoles ont ramassé des déchets dans le cadre du <i>Grand nettoyage des rivages canadiens</i> , et que plus de 60 écoles ont bénéficié du Programme de subventions scolaires éco-communautaires pour leurs projets de conservation.	
Revoir nos liens avec WWF et définir les prochaines étapes pour 2012.	Nous avons renouvelé notre partenariat avec WWF. Nous continuerons à travailler avec WWF afin de mobiliser un million de Canadiens à poser des gestes écologiques dans le cadre de trois initiatives annuelles – la <i>Journée nationale de la p'tite laine</i> , le <i>Grand nettoyage des rivages canadiens</i> et le Programme de subventions scolaires éco-communautaires.	
DES ENFANTS ACTIFS ET EN SANTÉ Participer à la recherche de solutions au problème croissant que constitue l'obésité infantile en supportant des programmes nationaux et locaux qui favorisent un mode de vie actif et de saines habitudes alimentaires.	Dans le cadre du programme de dons <i>Pour après l'école</i> , nous avons remis 250 000 dollars à 112 programmes offerts après l'école afin d'aider les enfants à adopter un mode de vie sain et actif. Des dons ont également été versés au programme de nutrition du Conseil des 4-H (25 000 \$), à YMCA Canada (75 000 \$), au Club garçons et filles Kiwanis de Toronto (25 000 \$), au Club de lecture et de course Start2Finish (25 000 \$), aux programmes d'activité physique et de nutrition de NSTEP (20 000 \$), à la Tablee des chefs du Québec (20 000 \$) et à bien d'autres programmes pour les enfants à l'échelle du pays.	
NOURRIR LES GENS DE NOTRE VOISINAGE Aider à diriger le projet du Centre de recherche alimentaire du Canada du Conference Board du Canada.	Loblaw a joué un rôle de premier plan dans le cadre du projet du Centre de recherche alimentaire du Canada en organisant et en participant à des rencontres pour passer en revue les résultats des rapports de recherche et discuter de leur implication dans la stratégie alimentaire canadienne. Loblaw a aussi collaboré à l'établissement du programme du Sommet canadien sur l'alimentation, qui a eu lieu en 2012.	
Nommer le Dr Ralph Martin à la tête de la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Les Compagnies Loblaw limitée à l'Université de Guelph.	Le professeur Ralph Martin a été nommé président de la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Les Compagnies Loblaw limitée à l'Université de Guelph. M. Martin, ancien professeur en sciences végétales et animales à l'Agricultural College de la Nouvelle-Écosse, fut également le directeur fondateur du Centre d'agriculture biologique du Canada, le seul établissement du genre au pays.	
Établir des partenariats entre nos magasins et les banques alimentaires locales au pays en amassant 1,2 million de dollars de dons et 544 000 kg de produits alimentaires dans le cadre de nos collectes nationales de denrées <i>Juste un peu plus, ça aide!</i>	Chaque magasin a été jumelé avec une banque alimentaire locale de sa communauté. En 2011, nous avons amassé 1,4 million de dollars en dons et 680 000 kg de produits alimentaires dans le cadre de nos collectes nationales de denrées <i>Juste un peu plus, ça aide!</i>	
INVESTISSEMENTS LOCAUX En utilisant l'argent provenant de Loblaw, les fonds amassés par les clients et grâce aux efforts des collègues, nous continuons à soutenir nos communautés locales : <ul style="list-style-type: none">Recueillir 15 millions de dollars par l'entremise d'activités de financement se déroulant dans les magasins, notamment celles de la FECF, la campagne <i>Donnez un peu, aidez beaucoup</i> et nos collectes nationales de denrées <i>Juste un peu plus, ça aide!</i>Verser 5,8 millions de dollars en investissements locaux grâce à la participation des magasins et aux commandites.Verser 5,3 millions de dollars en dons de Loblaw, notamment à la FECF, à WWF, à l'Université de Guelph, à Banques alimentaires Canada, à Arbres Canada et à YMCA Canada.	Nous avons recueilli 23 millions de dollars par l'entremise d'activités de financement se déroulant dans les magasins. Nous avons versé 10 millions de dollars en investissements locaux grâce à la participation des magasins et aux commandites. Les dons d'entreprise de Loblaw se sont élevés à 5,3 millions de dollars. Avec l'aide de nos collègues, de nos clients et de nos fournisseurs, nous avons versé plus de 38 millions de dollars à divers organismes sans but lucratif au Canada.	



OBJECTIF ATTEINT



OBJECTIF PRESQUE ATTEINT OU EN VOIE DE L'ÊTRE



OBJECTIF NON ATTEINT OU AU STADE INITIAL

Objectifs et réalisations (suite)

Refléter les diversités culturelles de notre pays

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
INCLUSION		
Élaborer et mettre en œuvre un plan de recrutement de collègues autochtones.	Nous n'avons pas terminé notre plan de recrutement officiel. Cependant, nous nous impliquons auprès du Conseil des ressources humaines autochtones du Canada et nous avons participé à ses événements de recrutement.	
Augmenter le nombre de femmes directrices de magasin à 25 %.	Nous nous sommes amélioré à ce chapitre avec un pourcentage de 23 % en 2011.	
Faire en sorte que nos collègues soient le reflet du profil démographique de la collectivité locale.	Nous avons fait progresser nos partenariats avec les organismes qui aident les gens d'une communauté ethnique spécifique à trouver des emplois et à les intégrer dans le milieu de travail canadien.	
Accueillir plus de collègues atteints d'une déficience.	Nous avons continué de travailler avec les organismes soutenant les entreprises qui s'efforcent d'embaucher des gens atteints d'une déficience. En 2011, nous avons reçu deux récompenses : un prix pour les meilleurs employeurs pour la diversité au Canada et un autre pour les meilleurs employeurs pour les nouveaux arrivants au Canada.	
Élargir nos activités de recrutement ciblées pour inclure la main-d'œuvre de 50 ans et plus.	Nous n'avons pas mis en œuvre d'activité ciblée en 2011, mais cela fera partie de pratiques d'embauche générales, puisque nous voulons embaucher les bonnes personnes pour les bons postes.	

Être un milieu de travail formidable

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
INTÉGRER LA RSE		
Améliorer les résultats au chapitre de la sensibilisation des collègues à la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) de 2 % d'ici la fin de 2011.	Les résultats nationaux sont demeurés stables en 2011. Cependant, les résultats de nos centres de services aux magasins au chapitre de la sensibilisation des collègues à la RSE sont restés élevés, soit 91 %.	
Déployer des outils de formation sur la RSE à l'intention des collègues dans tous les secteurs.	Nous avons continué d'accroître la sensibilisation à la RSE par l'entremise d'outils de communication interne comme nos affiches sur la RSE dans les centres de distribution et les magasins détenus par la société. Nous avons tenu des rencontres quotidiennes portant sur la RSE dans les centres de services aux magasins et les centres de distribution détenus par la société tout au long de l'année.	
SANTÉ ET SÉCURITÉ		
Réduire le nombre d'accidents en milieu de travail de 10 %.	Nous avons réduit de 19 % le nombre d'accidents de travail en 2011.	
ENGAGEMENT DES COLLÈGUES		
Lancer un nouveau programme national de bourses d'études destiné aux collègues et aux clients.	Nous avons accordé 200 bourses d'études de 1 500 \$ aux collègues, aux membres de leur famille, à leurs amis et à nos clients pour les programmes menant à l'obtention d'un diplôme postsecondaire.	
FORMATION ET DÉVELOPPEMENT		
Continuer de cibler et d'accroître l'engagement des collègues grâce à la mise en place de plans d'action et de programmes comme la Semaine du milieu de travail formidable ainsi que le programme de reconnaissance ABCD.	Nous avons mis en œuvre la Semaine du milieu de travail formidable en mai 2011 et nous avons continué de récompenser les collègues par l'entremise de notre programme de reconnaissance ABCD.	
Tenir des sondages mensuels <i>Dire les choses comme elles sont</i> à l'intention des collègues.	Chaque mois, des sondages se tiennent en rotation dans nos magasins, centres de distribution et centres de services aux magasins partout au pays. Chaque collègue a deux occasions de participer par année. Le taux de participation est élevé, soit 86 % à l'échelle nationale.	
Mettre en œuvre des initiatives favorisant un meilleur leadership pour soutenir le développement de leaders dans des rôles clés et pour accroître le bassin de talents de ce calibre.	Nous avons organisé des centres de développement de Meilleur leadership en magasin et de Meilleur leadership de catégorie auxquels 242 collègues de Loblaw ont participé.	
Continuer à concevoir et à offrir des programmes dans le cadre du Centre d'apprentissage virtuel de Loblaw (CAVL) et encourager les collègues à y participer.	Nous avons formé un total de 49 257 collègues dans nos 16 centres d'apprentissage, qui sont des locaux de formation entièrement équipés et rattachés à un magasin. Dans le cadre du programme du CAVL, les collègues ont complété 24 094 cours de formation en ligne et ils ont assisté à 67 149 séances de formation dirigées par un instructeur.	

OBJECTIF ATTEINT OBJECTIF PRESQUE ATTEINT OU EN VOIE DE L'ÊTRE OBJECTIF NON ATTEINT OU AU STADE INITIAL

Objectifs pour 2012

Respecter l'environnement

RÉDUCTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

- Réduire la quantité de matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société dans chaque région de 5 % de plus par rapport aux résultats de 2011 (Atlantique, 72 %; Ontario, 72 %; Ouest, 53 %; Québec, 62 %).
- Éviter l'enfouissement de 408 000 kg de pots et plateaux multicellules en plastique, pour porter le grand total à 2 268 000 kg depuis le lancement du programme national de recyclage en 2008.
- Déployer les relevés de paie électroniques (sans papier) pour les collègues des magasins et des centres de distribution détenus par la société.
- Éviter l'enfouissement d'une moyenne de 80 % des matières résiduelles générées par tous les centres de distribution détenus par la société.
- Mettre en œuvre le programme de valorisation des résidus organiques dans deux centres de distribution détenus par la société.
- Augmenter l'utilisation de contenants en plastique réutilisables pour l'expédition des fruits et légumes à 19 millions de caisses.
- Éviter l'enfouissement d'une moyenne de 80 % des matières résiduelles générées par les centres de services aux magasins.

RÉSIDUS ALIMENTAIRES

- Procéder à une caractérisation des résidus alimentaires dans nos magasins et nos centres de distribution détenus par la société.
- Mettre en place un programme pilote de réacheminement des produits alimentaires périssables en partenariat avec les banques alimentaires locales.

RÉDUCTION DES EMBALLAGES

- Continuer de progresser quant à l'atteinte de notre objectif de réduire l'utilisation d'emballages non recyclables pour nos produits de marques contrôlées de 50 % d'ici la fin de 2013.
- Continuer de progresser quant à l'atteinte de notre objectif de réduire de 5 % l'emballage des produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2015.
- Tester de nouveaux types d'emballages recyclables et travailler avec les municipalités et les recycleurs régionaux pour faire en sorte qu'ils acceptent de récupérer une plus grande variété d'emballages.
- Prôner la mise en place d'une stratégie nationale pour les programmes de responsabilité élargie des producteurs.
- Établir les niveaux de contenu post-consommation par type de matériau pour tous les emballages de produits de marques contrôlées.

POLITIQUE SUR L'APPROVISIONNEMENT EN PAPIER

- Élaborer des directives pour l'approvisionnement durable en papier pour les centres de services aux magasins ainsi que les magasins et les centres de distribution détenus par la société.

RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE – ÉLECTRICITÉ ET AUTRES SOURCES D'ÉNERGIE

- Réduire la consommation d'énergie totale de 3 % par pied carré dans les magasins détenus par la société existants.
- Achever la modification de l'éclairage dans 80 magasins détenus par la société.
- Mettre en œuvre des projets de panneaux solaires dans dix magasins détenus par la société.
- Effectuer une étude de cas quant à l'utilisation de systèmes de réfrigération alternatifs afin de diminuer l'utilisation de gaz réfrigérants synthétiques dans les magasins détenus par la société.
- Achever la modification de l'éclairage dans trois centres de distributions détenus par la société à l'échelle du pays.

RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION DE CARBURANT ET EFFICACITÉ DE LA FLOTTE

- Ajouter quatre remorques réfrigérées ne fonctionnant pas au diesel à notre flotte.
- Ajouter des équipements ne fonctionnant pas au diesel dans nos camions.
- Augmenter le nombre de livraisons par transport ferroviaire de 20 %.
- Remplacer, d'ici la fin de 2015, 75 % des véhicules de notre flotte de transport par des camions plus récents qui sont conformes aux normes 2012 de l'EPA des États-Unis sur les émissions.
- Réduire l'empreinte carbone de notre flotte :
 - en étendant le programme de trains routiers à l'Ontario et au Québec.
 - en augmentant la cargaison de chaque livraison.
 - en augmentant le nombre de systèmes avec plate-forme additionnelle en Ontario et au Québec.
 - en augmentant le nombre de retours à charge de 15 %.
 - en réduisant le temps de marche au ralenti de 20 % par rapport à 2011.

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

APPROVISIONNEMENT LOCAL – PRODUITS FRAIS

- Mettre en œuvre la stratégie d'achats « D'abord au Canada » partout à l'échelle de l'entreprise.
- Faire en sorte que 30 % des fruits et légumes offerts dans les magasins de Loblaw proviennent de producteurs canadiens.
- Faire en sorte que 40 % des fruits et légumes offerts dans les magasins de Loblaw proviennent de producteurs canadiens durant la saison de croissance.
- Nous approvisionner en bœuf et en porc uniquement auprès de producteurs canadiens d'ici la fin de 2012 (à l'exception des produits offerts à rabais et de certains magasins à escompte).
- Renforcer les relations avec les fournisseurs et les producteurs locaux à l'échelle du pays.

Objectifs pour 2012 (suite)

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement (suite)

BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX

- Collaborer avec les fournisseurs, les associations de l'industrie, les experts en matière de protection des animaux et les forums comme le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) pour établir les pratiques exemplaires et les normes en matière de protection des animaux.
- Soutenir les divers secteurs de l'industrie dans l'élaboration de normes sur la protection des animaux et appuyer l'utilisation de pratiques alternatives émergentes, surtout en ce qui concerne l'élevage des truies en cage.
- Encourager les associations au sein de l'industrie à mener davantage de recherches, ainsi qu'à moderniser les poulaillers et améliorer le bien-être des poules.
- Continuer de travailler de concert avec l'industrie pour que tous les œufs de marque *PC* soient pondus par des poules en liberté.

SÉCURITÉ DES PRODUITS ET TRAÇABILITÉ

- Accroître notre expertise et solidifier les relations avec nos fournisseurs de marques contrôlées et mettre en œuvre le programme de formation de l'Académie Loblaw.
- Faire en sorte que 100 % de nos approvisionnements en fruits et légumes soient certifiés au niveau des producteurs par l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA), ce qui inclut le Programme de la salubrité des aliments à la ferme de CanadaGAP.

PRODUITS DE LA MER DURABLES

- Dans la mesure où une pêcherie est certifiée par le Marine Stewardship Council (MSC), remplacer ou établir un plan d'action pour remplacer les produits de marques contrôlées par des produits provenant de sources certifiées par le MSC.
- Mettre en place la certification Chaîne de garantie d'origine du MSC pour les comptoirs de poissonnerie des magasins détenus par la société et les centres de distribution.
- Continuer à mettre en place des pratiques responsables en matière d'approvisionnement en produits issus de l'aquaculture.
 - Devenir membre de l'International Fishmeal and Fish Oil Organization (IFFO) et amorcer la transition vers l'utilisation exclusive, pour nourrir les poissons, de nourriture faite de farine et d'huile de poisson certifiées en vertu de la Norme standard d'approvisionnement responsable de l'IFFO pour tous les programmes d'aquaculture liés aux produits de marques contrôlées.
 - Lancer le Tilapia *SourceSensée* certifié par l'Aquaculture Stewardship Council.
- Continuer de travailler à l'élaboration de solutions appropriées pour gérer les espèces à risque en collaboration avec l'industrie de la pêche, le WWF et notre conseiller indépendant en matière de science de la mer.
- Compléter l'analyse du questionnaire destiné aux fournisseurs afin d'identifier les espèces et les stocks à haut risque ainsi que les fournisseurs qui sont incapables ou qui ne veulent pas rencontrer nos critères.

HUILE DE PALME

- Se joindre à la Table ronde sur la production durable d'huile de palme (RSPO).
- Procéder à une évaluation de la chaîne d'approvisionnement pour tous les produits de marques contrôlées.
- Obtenir l'adhésion des fournisseurs de marques contrôlées quant à l'atteinte de nos objectifs relativement à l'huile de palme produite de façon durable.
- Utiliser de l'huile de palme issue de sources durables dans tous les produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2015.

Faire une différence positive dans notre communauté

LA FONDATION POUR LES ENFANTS *LE CHOIX DU PRÉSIDENT* (FECF)

- Remettre 10 millions de dollars en dons à des familles d'enfants atteints d'une déficience physique ou intellectuelle au Canada.
- Verser 2,75 millions de dollars aux programmes de nutrition à l'échelle du pays.

RENDRE NOS VILLES PLUS VERTES

- En partenariat avec WWF, continuer de contribuer à trois grands programmes – la *Journée nationale de la p'tite laine*, le *Grand nettoyage des rivages canadiens* et le Programme de subventions scolaires éco-communautaires.

DES ENFANTS ACTIFS ET EN SANTÉ

- Continuer de participer à la recherche de solutions au problème que constitue l'obésité infantile, en appuyant des programmes nationaux et locaux qui favorisent un mode de vie actif et de saines habitudes alimentaires.

NOURRIR LES GENS DE NOTRE VOISINAGE

- Devenir le principal partenaire du Sommet canadien sur l'alimentation 2012 tenu par le Conference Board du Canada.
- Collaborer avec le Centre de recherche alimentaire du Canada sur des projets privés portant sur les normes, l'alimentation et la santé, ainsi que la recherche sur le développement durable.
- Travailler étroitement avec Ralph Martin, président de la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Loblaw à l'Université de Guelph, pour identifier les préoccupations ou tendances clés au sujet de la production alimentaire durable et développer davantage de connaissances à leurs sujets.
- Amasser 1,2 million de dollars de dons et 544 000 kg de produits alimentaires au profit des banques alimentaires locales dans le cadre de nos collectes nationales de denrées *Juste un peu plus, ça aide!*
- Donner 250 000 \$ au programme de partage des aliments de Banques alimentaires Canada.

Objectifs pour 2012 (suite)

Faire une différence positive dans notre communauté (suite)

INVESTISSEMENT LOCAL

- Par l'entremise de dons provenant de Loblaw, des fonds recueillis auprès des clients et des contributions des collègues, nous continuons à soutenir nos communautés locales.
- Les activités de collecte de fonds en magasin comprennent celles liées à la FECP, la campagne *Donnez un peu, aidez beaucoup* et nos collectes nationales de denrées *Juste un peu plus, ça aide!* – 14,5 millions de dollars.
- Investissements locaux et commandites – 5 millions de dollars.

DES CHOIX ALIMENTAIRES PLUS SAINS

- Concevoir de nouveaux emballages pour la gamme *PC Menu bleu*.

FICHE DE POINTAGE PORTANT SUR LES VALEURS NUTRITIONNELLES

- Lancer la fiche de pointage *Guiding Stars* dans tous les magasins Loblaws en Ontario.
- Mettre en œuvre un projet pilote de fiche de pointage *Guiding Stars* dans un centre de services aux magasins.
- Lancer la fiche de pointage *Guiding Stars* dans tous les magasins d'ici la fin de 2015.

SERVICES DE PROGRAMME DE SANTÉ INTÉGRÉS

- Ajouter des diététistes dans 50 magasins en Ontario.
- Donner 1 000 ateliers éducatifs sur le diabète dans nos magasins.
- Effectuer 65 000 contrôles du cholestérol dans nos magasins.

PROGRAMMES DE SANTÉ INTÉGRÉS DE BIEN-ÊTRE EN ENTREPRISE

- Déployer le programme en ligne de bien-être en entreprise pour les collègues de tous les centres de services aux magasins et les centres de distribution détenus par la société.
- Continuer d'offrir le programme de bien-être *Énergie pour la vie* pour les équipes de gestion dans les centres de services aux magasins, ainsi que dans les magasins et les centres de distribution détenus par la société.

SODIUM

- Réduire de 16 % la teneur en sodium de 200 produits nouveaux et existants de marques contrôlées transformés.
- Travailler de concert avec l'industrie, les fournisseurs et les gouvernements fédéral et provinciaux sur des stratégies nationales de réduction de la consommation de sodium.

Refléter les diversités culturelles de notre pays

INCLUSION

- Accroître le nombre de femmes occupant des postes de directrices de magasin.
- Les champions de la diversité devront mettre en œuvre des programmes régionaux et nationaux de soutien à la diversité dans les magasins détenus par la société et les centres de services aux magasins.
- Intégrer une formation générale sur la diversité et l'inclusion dans les échelles de développement professionnel des gestionnaires et les programmes d'orientation des collègues.
- Lancer un programme pilote dans nos magasins de l'Ouest canadien, dans le cadre duquel les langues parlées par les collègues sont indiquées sur leur insigne.
- D'ici la fin de 2014, élaborer et mettre en œuvre des programmes externes afin de recruter au sein de groupes communautaires ciblés comme les autochtones, les nouveaux arrivants et les personnes handicapées.

Être un milieu de travail formidable

IMPLANTATION DE LA RSE

- Augmenter le degré de notoriété de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) auprès des collègues de 2 %.
- Élaborer et lancer le cours sur la RSE sur le Centre d'apprentissage virtuel de Loblaw pour les collègues des centres de services aux magasins, ainsi que pour ceux des magasins et des centres de distribution détenus par la société.

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ EN MATIÈRE DE LEADERSHIP

- Lancer les nouvelles valeurs de l'entreprise.
- Consolider les programmes de Meilleur leadership en une seule approche cohérente pour l'évaluation et la planification du développement professionnel à l'échelle de l'entreprise.
- Lancer le Programme « Avantage fraîcheur » dans les magasins détenus par la société.

SANTÉ ET SÉCURITÉ

- Réduire de 10 % le nombre d'accidents qui surviennent dans les centres de services aux magasins, ainsi que les magasins et les centres de distribution détenus par la société.
- Élaborer un programme de formation national pour les Comités mixtes de santé et sécurité.

Prix

En 2011, nous avons eu le privilège de recevoir, entre autres, les prix suivants :



LES 50 MEILLEURES ENTREPRISES CITOYENNES :

Loblaw, le seul détaillant en alimentation du lot, s'est classée au quatrième rang des meilleures entreprises citoyennes du Canada en 2011 selon le magazine *Corporate Knights*.

LES 50 ENTREPRISES CANADIENNES LES PLUS RESPONSABLES :

Loblaw figure au classement « Jantzi-Sustainability » du magazine *Maclean's*, qui dresse la liste des entreprises qui ont haussé la barre en matière de responsabilité sociale.



LES 10 CULTURES D'ENTREPRISE LES PLUS ADMIRÉES AU CANADA :

Ce prix est décerné par Waterstone Human Capital et reconnaît les grandes organisations canadiennes qui ont instauré une culture qui contribue à accroître le rendement et à maintenir un avantage concurrentiel.



LES EMPLOYEURS LES PLUS ÉCOLOS AU CANADA :

Récompense les employeurs qui dominent par leur influence à l'échelle nationale en développant une culture de conscientisation environnementale au sein de leur organisation.



PALMARÈS DES 100 MEILLEURS EMPLOYEURS AU CANADA :

Reconnait les entreprises et organisations qui se distinguent par leur façon d'attirer et de fidéliser leurs employés.



PALMARÈS DES MEILLEURS EMPLOYEURS POUR LES JEUNES CANADIENS :

Reconnait les employeurs au Canada qui se distinguent par leur façon d'attirer et de fidéliser les jeunes travailleurs



MEILLEURS EMPLOYEURS POUR LA DIVERSITÉ AU CANADA 2011 ET MEILLEURS EMPLOYEURS POUR LES NOUVEAUX ARRIVANTS EN 2011 :

Récompensent les employeurs qui s'efforcent de reconnaître la diversité de leurs collègues, de leurs clients et de leurs communautés.

PRIX D'EXCELLENCE 2011 POUR UN PROGRAMME DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ DES JEUNES EMPLOYÉS :

Présenté par la Société canadienne de la santé et de la sécurité au travail de la Colombie-Britannique et du Yukon, ce prix a été remis à Loblaw pour souligner l'excellence de son programme de sécurité destiné aux jeunes employés.

SEMAINE NORD-AMÉRICAINE DE LA SÉCURITÉ ET DE LA SANTÉ AU TRAVAIL (SNASST) - COLOMBIE-BRITANNIQUE :

Loblaw a remporté le prix dans la catégorie « Commerce de détail » grâce à sa façon créative de communiquer ses messages de santé et de sécurité à ses collègues.



PRIX DE L'ENTREPRISE NATIONALE EXCEPTIONNELLE DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DU DIABÈTE (ACD) :

Loblaw a été récompensée pour son soutien à la campagne de sensibilisation nationale de l'ACD *Get Checked Now*, ainsi que pour la mise sur pied de divers programmes comprenant, notamment, des outils d'évaluation des risques de diabète, une journée de dépistage du diabète et des séances d'information animées par des représentants communautaires de l'ACD. Loblaw a aussi été récompensée pour avoir versé la plus importante contribution de l'histoire de l'association dans le cadre d'une commandite d'un an.

PRIX DE L'ENGAGEMENT ENVERS LES SOINS DE SANTÉ DE PHARMACY PRACTICE AND DRUGSTORE CANADA - PROMOTION DE LA SANTÉ :

Récompense les entreprises pour leurs programmes novateurs de promotion de la santé ou pour les événements visant à éduquer les patients sur la prévention des maladies et le bien-être.



PRIX DE DISTINCTION DES JUGES DE BANQUES ALIMENTAIRES CANADA :

Ce prix récompense les grandes entreprises partenaires qui ont contribué de façon unique à Banques alimentaires Canada et aux banques alimentaires du pays. Loblaw a été récompensée pour ses collectes nationales de denrées *Juste un peu plus, ça aide!* et pour ses dons annuels au programme alimentaire national de Banques alimentaires Canada.



PRIX ÉTERNE D'ARBRES CANADA :

Récompense les entreprises qui, à titre de commanditaires d'Arbres Canada, font preuve d'excellence en matière de gouvernance sur le plan de l'environnement et d'un engagement exceptionnel envers la protection de ce dernier.

Glossaire

BASSIN CLOS

Réservoir fermé qui sépare physiquement le poisson de l'environnement extérieur.

CERTIFICATION SMARTWAY^{MD}

SmartWay est le fruit d'une collaboration de type public-privé entre l'Environmental Protection Agency (EPA) des États-Unis et l'industrie du transport des marchandises. Elle aide les expéditeurs, les transporteurs et les entreprises de logistique à réduire leur consommation de carburant et leurs coûts. Les camions et les remorques certifiés SmartWay par l'EPA sont munis d'équipement permettant de réduire considérablement la consommation de carburant et les émissions de dioxyde de carbone.

CHAUFFERETTE D'APPOINT

Élément chauffant conçu pour les petits espaces qui permet de garder la cabine à couchette au chaud, confortable et silencieuse pendant les heures de repos, sans qu'on ait à laisser tourner le moteur du camion lors des escales.

COULIS DE GLACE

Mélange d'eau et de glace. Il s'agit d'un puissant réfrigérant pour les produits périssables parce que les minuscules cristaux enveloppent complètement le produit, sans laisser de poche d'air, et permettent une surface de contact maximale.

D'ÉLEVAGE (PRODUITS DE LA MER)

Les poissons d'élevage sont élevés à des fins commerciales dans des réservoirs ou des bassins, généralement dans le but d'être consommés.

DIODE ÉLECTROLUMINESCENTE (DEL)

Les DEL, ou diodes électroluminescentes, constituent une forme d'éclairage extrêmement écoénergétique et durable. Les ampoules à DEL durent près de 2,5 fois plus longtemps et utilisent 56 % moins d'électricité que les ampoules fluorescentes ordinaires.

EMBALLAGE DOUBLE COQUE

Emballage de plastique rigide, couramment utilisé pour emballer les fruits et légumes, les produits de boulangerie, les noix et les fruits séchés.

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)

Émission de gaz atmosphériques qui emprisonnent la chaleur du soleil et ayant pour effet le réchauffement de la surface de la Terre. L'activité humaine, notamment la combustion de combustibles fossiles et la déforestation des forêts tropicales, a contribué à l'augmentation des niveaux de GES (particulièrement du dioxyde de carbone CO₂ et du méthane) au cours des dernières décennies.

GAZ NATUREL LIQUÉFIÉ (GNL)

Gaz naturel courant, refroidi jusqu'à ce qu'il prenne une forme liquide qui facilite le transport. Il produit la moitié moins d'émissions de dioxyde de carbone que tout autre combustible fossile.

GET CHECKED NOW

Campagne nationale de sensibilisation lancée par l'Association canadienne du diabète pour aider les Canadiens à savoir s'ils souffrent de diabète et à le contrôler.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Lignes directrices mondiales relatives à la production de rapports en matière de développement durable. Ces lignes directrices ont pour objectif d'aider les entreprises à produire des rapports sur leur rendement économique, environnemental et social.

GRAND NETTOYAGE DES RIVAGES CANADIENS

Le *Grand nettoyage des rivages canadiens*, présenté par Les Compagnies Loblaw limitée, est l'un des plus importants programmes de conservation au Canada. Une initiative de conservation de l'Aquarium de Vancouver et de WWF, le *Grand nettoyage des rivages canadiens* a pour objectif de sensibiliser les Canadiens aux problèmes des déchets riverains en les incitant à participer au nettoyage des rivages. Cette initiative est rendue possible grâce au don par Loblaw d'une partie des profits provenant des frais exigés pour la vente de sacs en plastique dans ses magasins.

GROUPE AUXILIAIRE DE PUISSANCE (GAP)

Petit moteur diesel qui contrôle l'ambiance de la cabine à couchette et qui alimente le chauffe-moteur en électricité, sans qu'on ait à laisser tourner le moteur du camion lors des escales.

GUIDING STARS

Système de notation selon lequel tous les produits alimentaires se voient attribuer de zéro à trois étoiles selon leur valeur nutritionnelle, pour permettre aux clients de repérer plus facilement les choix santé lorsqu'ils font leur épicerie.

INITIATIVE MONDIALE POUR LA SÉCURITÉ DES ALIMENTS (IMSA)

L'IMSA (www.mygfsi.com) est une alliance internationale initiée par les plus importants détaillants en alimentation du monde. L'IMSA a mesuré les principaux plans de sécurité alimentaire mondiaux et les a intégrés de sorte que lorsqu'un fabricant est conforme à l'un des plans de référence de l'IMSA, il devient aussi conforme aux autres normes correspondantes reconnues par l'IMSA.

JOURNÉE NATIONALE DE LA P'TITE LAINE

À une date précise en février, les Canadiens sont invités à revêtir leur chandail de laine préféré et à baisser le chauffage de quelques degrés afin d'aider WWF à contrer les changements climatiques et nous assurer un avenir meilleur à tous. La *Journée nationale de la p'tite laine* a été rendue possible grâce au don par Loblaw d'une partie des profits provenant des frais exigés pour la vente de sacs en plastique dans ses magasins.

JUPES DE CAMION OU DE REMORQUE

Panneaux aliformes installés sur les côtés d'une remorque pour réduire la consommation de carburant. Les jupes latérales assurent l'aérodynamisme en redirigeant le flux d'air et en l'empêchant de frapper le dessous de la remorque à l'arrière. Elles stabilisent donc la remorque et réduisent la résistance et le flottement, ce qui favorise une conduite plus confortable, tout en permettant d'économiser du carburant et de réduire l'empreinte carbone.

Glossaire (suite)

MARINE STEWARDSHIP COUNCIL (MSC)

Cet organisme indépendant sans but lucratif délivre la certification la plus respectée au monde en matière de pêche durable aux entreprises qui gèrent la pêche de poissons capturés sur des stocks sauvages de façon responsable. En reconnaissant et en récompensant les pêcheries durables, le MSC rassemble les forces de l'industrie et les incite à modifier leurs façons de faire, en plus d'influencer les choix des consommateurs en matière de poissons et de fruits de mer et de travailler avec ses partenaires pour que le marché se fonde sur des bases durables.

MODERNISATION DE L'ÉCLAIRAGE

Changement d'une pièce ou d'un luminaire en entier pour réduire la consommation d'électricité.

NORMES 2010 SUR LES ÉMISSIONS DE L'ENVIRONMENTAL PROTECTION AGENCY (EPA) DES ÉTATS-UNIS

Ces normes rigoureuses, qui ont pris effet en janvier 2010, ont pour objectif de réduire la pollution atmosphérique en diminuant considérablement la quantité d'oxydes d'azote, de matières particulaires et d'hydrocarbures émis par les moteurs diesel des camions lourds.

ONTARIO CORN FED BEEF

Le programme Ontario Corn Fed Beef permet aux consommateurs de repérer facilement le bœuf ontarien, qui est reconnu pour sa qualité constante et sa provenance locale. L'alimentation des bêtes influence beaucoup la saveur de la viande. Tous les bœufs de ce programme sont nourris en grande partie au maïs, ce qui donne à la viande un meilleur persillage ainsi qu'une tendreté et un goût inégalés.

OXYDES D'AZOTE

Les oxydes d'azote se forment lorsqu'un combustible brûle à température élevée, comme dans le moteur d'un véhicule. Dans les grandes villes, la quantité d'oxydes d'azote émis dans l'atmosphère peut causer des problèmes environnementaux, y compris la dégradation de la couche d'ozone et le smog.

PHOTOVOLTAÏQUE

Méthode permettant de produire de l'électricité en convertissant les rayons solaires en courant électrique continu.

POLYCHLORURE DE VINYLE (PVC)

L'un des plastiques les plus utilisés dans le monde. La grande quantité d'additifs utilisés pour produire le PVC rend presque impossible le lancement d'un programme de recyclage à grande échelle des produits en PVC de post-consommation.

POLYÉTHYLÈNE TÉRÉPHTALATE (PET)

Plastique couramment utilisé, transparent, léger, résistant, sécuritaire, incassable et facilement recyclable.

PROGRAMME DE SUBVENTIONS SCOLAIRES ÉCO-COMMUNAUTAIRES

Le programme fait la promotion de l'innovation en matière d'environnement auprès des jeunes Canadiens en offrant des subventions pouvant aller jusqu'à 5 000 \$ aux élèves des écoles primaires et secondaires qui mettent sur pied des projets de conservation. Lancé par WWF, ce programme a été rendu possible grâce au versement par Loblaw d'une partie des profits provenant des frais exigés pour la vente de sacs en plastique dans ses magasins.

RETOUR À CHARGE

Le trajet d'un camion, depuis sa destination finale jusqu'à son point de départ d'origine, en particulier s'il transporte des biens sur une partie ou la totalité du chemin du retour, en prenant la même route.

SAUVAGES (PRODUITS DE LA MER CAPTURÉS SUR DES STOCKS)

Poissons pêchés dans leur habitat naturel.

TRAIN ROUTIER

Au Canada, toute combinaison d'un véhicule tracteur et de semi-remorques dont la longueur totalise plus de 25 mètres. Les trains routiers peuvent supporter un poids plus élevé en utilisant la même source d'énergie que d'autres types de véhicules, ce qui nous a permis de réduire le nombre de camions sur la route, d'économiser du carburant et de réduire notre empreinte carbone.

TRANSPORT MULTIMODAL

L'utilisation de plus d'un mode de transport (p. ex. un bateau, un train et un camion) pour expédier des marchandises.

Contactez-nous

SIÈGE SOCIAL ET CENTRE NATIONAL DE SERVICES AUX MAGASINS

Les Compagnies Loblaw limitée
1, President's Choice Circle
Brampton, Ontario, Canada L6Y 5S5

Téléphone : 905-459-2500

Télécopieur : 905-861-2206

Site Web : loblaw.ca

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