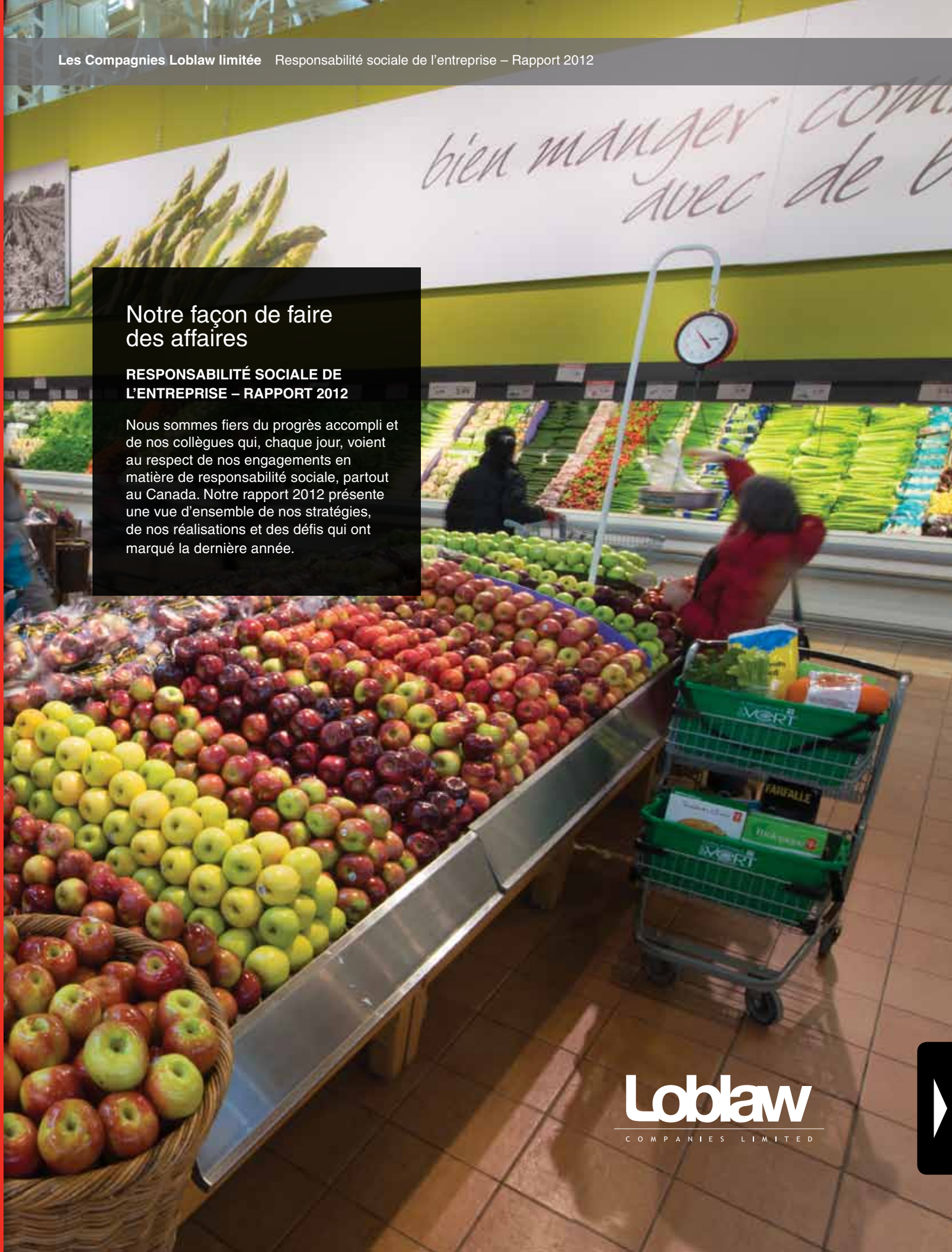


Notre façon de faire des affaires

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE – RAPPORT 2012

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 2012 présente une vue d'ensemble de nos stratégies, de nos réalisations et des défis qui ont marqué la dernière année.

Loblaw
COMPANIES LIMITED

Message du président du Conseil

L'approche de Loblaw en matière de responsabilité sociale de l'entreprise est intimement liée à nos racines et constitue le fondement de ce que nous appelons « notre façon de faire des affaires ». Et cette approche veut que tous nos produits, tous nos services, de même que l'expérience de magasinage que nous offrons à la clientèle soient conformes à notre but, soit celui d'aider nos clients à profiter pleinement de la vie.

- Conformément à notre stratégie « D'abord au Canada », nous nous approvisionnons en produits frais locaux et nous faisons la promotion des produits de spécialité de toutes les régions du pays.
- Nous avons pris l'engagement, encore inégalé à ce jour, de nous approvisionner exclusivement en produits de la mer durables. En vertu de cet engagement, nous sommes le premier détaillant en alimentation au Canada à offrir des produits de la mer provenant de sources responsables dans tous ses magasins.
- Nous avons entrepris d'éliminer les arômes et les colorants artificiels de nos produits de marque *le Choix du Président* d'ici la fin de 2013.
- Nous mobilisons experts et activistes pour trouver les meilleures solutions aux défis que pose le bien-être animal, notamment en ce qui a trait à l'élevage de truies en cage et à l'amélioration des installations destinées aux poules pondeuses.
- Grâce au soutien de nos collègues et clients, nous avons réduit de plus de cinq milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans nos magasins à l'échelle du pays depuis 2007.
- Depuis 1989, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé plus de 86 millions de dollars aux enfants atteints d'une déficience physique ou intellectuelle et aux programmes de nutrition dont l'objectif est de combattre la faim chez les enfants.

Loblaw et ma famille prennent très au sérieux notre rôle en matière de responsabilité sociale. Bien qu'il reste des problèmes à résoudre et encore beaucoup à faire, je suis heureux des progrès que nous avons accomplis.

Je vous invite à lire la version intégrale du rapport 2012 sur la responsabilité sociale de l'entreprise, en espérant que vous conviendrez avec moi que nous nous rapprochons toujours plus de notre but, soit d'aider nos clients à profiter pleinement de la vie.

Merci.

Galen G. Weston

Président du Conseil

La responsabilité sociale chez 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 et contribue par le fait même de manière significative au développement socioéconomique de notre pays :

- L'entreprise et ses franchisés exploitent plus de 1 000 magasins franchisés ou détenus par la société d'un océan à l'autre. En 2012, nous avons ouvert 18 nouveaux magasins et avons effectué des travaux de rénovation majeurs dans 181 autres.
- Chaque semaine, plus de 14 millions de clients font leurs emplettes dans nos magasins.
- Nous sommes l'un des plus importants acheteurs en termes de marchandises et services canadiens.
- Nos magasins détenus par la société et nos magasins franchisés emploient près de 134 000 collègues et employés à temps plein ou à temps partiel, ce qui fait de nous l'un des plus importants employeurs du secteur privé au Canada.
- En 2012, avec l'aide de nos collègues, de nos clients, de nos fournisseurs, ainsi que de nos franchisés et de leurs employés, nous avons versé plus de 45 millions de dollars au profit d'organismes sans but lucratif.

Notre mission est d'être le meilleur détaillant de produits alimentaires et de santé ainsi que d'articles pour la maison au Canada 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) contribue à la réalisation de cette mission et s'avère essentielle à notre succès. Nous croyons qu'en apportant notre soutien à la communauté et en réduisant notre incidence sur l'environnement, nous devenons le détaillant par excellence pour nos clients et un partenaire de premier choix pour nos fournisseurs. Notre rendement s'en trouve par le fait même d'autant amélioré, nous sommes en mesure de redonner davantage à la société et nous traçons la voie à suivre pour les générations de demain.

Notre stratégie en matière de RSE repose sur cinq principes :

- 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

À propos du présent rapport

Le rapport de responsabilité sociale 2012 de Les Compagnies Loblaw limitée (Loblaw) fait état de son rendement en matière de responsabilité sociale pour l'exercice se terminant le 31 décembre 2012. Ce rapport concerne tous les magasins détenus par la société, ses centres de services aux magasins et ses centres de distribution. Les cas où les tiers ou les franchisés sont inclus sont explicitement indiqués.

Il s'agit de la sixième édition de ce rapport; le dernier a été publié en mai 2012. Il n'y a eu aucun changement majeur concernant la portée du contenu ou les méthodes de mesure utilisées depuis lors.

Concours de nos intervenants

Le fait de solliciter de façon régulière le point de vue de nos principaux intervenants (clients, collègues, gouvernements, organisations non gouvernementales [ONG], fournisseurs, investisseurs et partenaires) nous permet d'entretenir de meilleures relations avec chacun d'entre eux et s'avère essentiel à la bonne marche de nos activités. Nous procédons pour ce faire de différentes façons, formelles ou informelles, comme conduire des sondages auprès des clients et des entrevues avec nos intervenants. Leurs commentaires nous aident à mieux cibler le contenu de nos rapports de RSE et à présenter des données quantifiables – qui favorisent la prise de mesures concrètes – concernant la manière dont nos intervenants perçoivent notre entreprise ainsi que nos priorités et initiatives en matière de RSE.

Le présent rapport sur la RSE s'inspire également des directives « G3 Sustainability Reporting Guidelines » de la Global Reporting Initiative (GRI). Bien qu'il ne mesure pas notre degré de conformité quant à la GRI, nous en avons néanmoins utilisé les lignes directrices pour guider notre choix d'indicateurs de rendement et déterminer le contenu du présent rapport.

Intégrité du rapport

Avant d'être publiés, tous les plans, buts, cibles, objectifs et résultats de la société en matière de RSE ont été examinés par certains des membres du Comité de divulgation de Loblaw, ainsi que par ses services juridiques. Nos services de vérification interne ont eu recours à une approche fondée sur le risque afin de vérifier certains des objectifs et résultats compris dans le rapport de RSE.

Examen par des intervenants externes

Avant sa publication, le présent rapport a été revu par la Business for Social Responsability (BSR), qui l'a évalué à la lumière des principes généralement admis en matière de contenu et de qualité de rapports. BSR est un réseau mondial regroupant près de 300 entreprises, qui s'efforce de bâtir un monde juste et durable grâce à l'adoption de solutions et de stratégies d'affaires durables.

« Loblaw a fait d'importants progrès en ce qui concerne son rendement au niveau environnemental, notamment grâce à la réduction de sa consommation d'énergie, au réacheminement de ses matières résiduelles et à la poursuite du développement de son programme d'approvisionnement en produits de la mer durables. Ce rapport décrit aussi les efforts déployés par Loblaw au sein des communautés où elle est présente que ce soit par l'entremise de ses investissements communautaires ou de ses actions visant à régler les problématiques concernant les jeunes. Nous lirons avec intérêt les prochains rapports de Loblaw pour savoir comment elle s'y prendra pour prioriser les enjeux les plus importants en matière de développement durable et découvrir comment la force de ses liens avec ses intervenants externes contribuera à l'évolution de l'entreprise à ce chapitre. »

BSR

Gouvernance

Le comité de RSE de Loblaw a pour mandat de promouvoir la responsabilité sociale dans l'ensemble de l'entreprise. Ce comité se compose de collègues qui représentent différents secteurs, chacun apportant son expertise propre.

Tout en étant à l'écoute de la clientèle et des collègues, les membres du comité déterminent ensemble les priorités, les indicateurs et les obligations qui se rapportent aux cinq principes de responsabilité sociale de l'entreprise. La direction de Loblaw, ses 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 de celui 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 l'atteinte de ses objectifs stratégiques et opérationnels. Ces pratiques se doivent d'évoluer constamment afin que nous puissions continuer de bien servir nos intervenants et les communautés où nous sommes établis.

Membres du comité de RSE

Bob Chant
Président du comité de RSE et vice-président principal, Affaires corporatives et communications

Melanie Agopian
Directrice principale, Durabilité, Marques Loblaw

Eric Biddiscombe
Directeur principal, De la ferme à l'assiette, Achat de fruits et légumes

Jocyanne Bourdeau
Vice-présidente exécutive, *Maxi, Maxi & Cie*

Alain Brandon
Directeur, Relations gouvernementales et responsabilité sociale de l'entreprise

Rosanna D'Alessandro
Spécialiste, Responsabilité sociale de l'entreprise

Mario Fatica
Vice-président, Planification, développement et approbations, Ontario

Sonya Fiorini
Directrice principale, Responsabilité sociale de l'entreprise

Ian Gordon
Vice-président principal, Marques Loblaw

Walter Kraus
Directeur principal, Affaires environnementales, Weston Foods (Canada) inc.

Mike Liewen
Vice-président principal, Salubrité des aliments et Assurance qualité

Susan Lloyd
Directrice principale, Gestion du talent

Michael Lovsin
Vice-président principal, Santé et bien-être

Philip McNeill
Vice-président principal, Division Conventionnelle

Marie-Hélène Michaud
Directrice, Affaires environnementales

Mark Schembri
Vice-président, Entretien des magasins

Nicole St-Louis
Vice-présidente, conseillère juridique, Les Propriétés Loblaw limitée, Ontario, Conformité à l'échelle nationale

Paul Uys
Vice-président, Produits de la mer durables

Rob Wiebe
Vice-président principal, Chaîne d'approvisionnement

Faits saillants

Respecter l'environnement :

- Depuis 2007, nous avons réduit de plus de cinq milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans nos magasins.
- Nous avons évité l'enfouissement de 81 % des matières résiduelles générées par nos centres de distribution.
- Nous avons évité l'enfouissement d'environ 514 800 kg de pots et de plateaux multicellules en plastique, ce qui porte le total à 2 374 600 kg depuis 2008.
- À ce jour, nous avons remplacé plus de 72 000 luminaires dans les magasins détenus par la société, ce qui équivaut à une économie d'énergie suffisante pour alimenter 9 923 foyers pendant un an.
- Nous avons muni tous les camions détenus par la société d'un système de contrôle des émissions de la flotte afin de réduire notre empreinte carbone.

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement :

- Nous offrons maintenant 108 produits certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC) en magasin, soit plus que tout autre détaillant en alimentation canadien.
- Tout notre porc frais provient du Canada.
- 31 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins à l'année proviennent de producteurs canadiens.
- La totalité des plantes d'extérieur non tropicales et des sapins de Noël offerts dans nos Centres de jardinage proviennent de producteurs canadiens.

Faire une différence positive dans notre communauté :

- Avec l'aide de nos collègues, de nos clients, de nos fournisseurs, de nos franchisés et de leurs employés, nous avons versé plus de 45 millions de dollars au profit d'organismes sans but lucratif canadiens.
- Depuis 1989, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé plus de 86 millions de dollars à plus de 15 000 familles et 13 000 programmes de nutrition partout au pays.
- Depuis 2010, nous avons réduit de 117,6 tonnes métriques la quantité de sodium de 428 produits transformés de marques contrôlées.
- Nous offrons maintenant 319 produits *PC Biologique* dans nos magasins. Il s'agit de la plus importante gamme de produits biologiques au Canada.
- Nous avons lancé le système de notation nutritionnelle Guiding Stars dans les magasins *Loblaws* de l'Ontario. Nous sommes le premier détaillant canadien à offrir ce système de notation.
- Nous avons embauché 22 diététistes dans 50 magasins détenus par la société.

Refléter les diversités culturelles de notre pays :

- 45 % des postes de direction de l'entreprise sont occupés par des femmes.
- Cinq membres de la haute direction ont été honorées par le groupe Women of Influence.
- L'entreprise a été sélectionnée parmi les meilleurs employeurs pour les nouveaux arrivants au Canada et parmi les meilleurs employeurs pour la diversité au Canada.
- Nous offrons maintenant 101 produits de marque *T&T*.
- Nous avons lancé *Sufra*, notre nouvelle gamme de produits halal de marque contrôlée.

Être un milieu de travail formidable :

- L'entreprise s'est classée parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada.
- L'entreprise s'est classée parmi les meilleurs employeurs pour les jeunes Canadiens.
- L'entreprise est lauréate du prix Défi Employeurs Inspirants, qui récompense les employeurs les plus stimulants du Québec.
- Ces cinq dernières années, nous avons réduit de 52 % le nombre d'accidents de travail.

Respecter l'environnement

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. En tant que plus important détaillant en alimentation au Canada et en raison de notre envergure et de notre portée, notre impact environnemental se fait surtout sentir aux niveaux de la gestion des matières résiduelles, de l'utilisation de l'énergie, de la consommation de carburant et de la réduction des emballages.

Notre système de gestion environnementale nous aide à mener nos activités de manière à respecter l'environnement et toutes les lois et réglementations applicables. Ce système englobe notre politique en matière d'environnement, l'établissement de nos objectifs annuels, la mise en œuvre de programmes ainsi que des vérifications et évaluations régulières. Nous remettons chaque trimestre un rapport sur nos progrès au Comité de l'environnement et de santé et sécurité du Conseil d'administration.

Depuis 2007, nous avons réduit de plus de cinq milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans nos magasins

Nous avons évité l'enfouissement de 81 % des matières résiduelles générées par nos centres de distribution

Nous avons évité l'enfouissement d'environ 514 800 kg de pots et de plateaux multicellules en plastique, ce qui porte le total à 2 374 600 kg depuis 2008

À ce jour, nous avons remplacé plus de 72 000 luminaires dans les magasins détenus par la société, ce qui équivaut à une économie d'énergie suffisante pour alimenter 9 923 foyers pendant un an

Nous avons muni tous les camions détenus par la société d'un système de contrôle des émissions de la flotte afin de réduire notre empreinte carbone

Réacheminement des matières résiduelles

Loblaw est réputée pour ses initiatives de réacheminement des matières résiduelles, comme en témoigne son programme de facturation des sacs en plastique. Depuis 2007, l'entreprise a réduit de plus de cinq milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans ses magasins. Ces initiatives ont donné lieu à la création de nombreuses autres initiatives du même genre dans tous les secteurs de l'entreprise; récemment, nous avons entrepris de nous attaquer à un autre aspect important, soit le gaspillage alimentaire.

Contenants de plastique réutilisables (CPR)

De 3,5 millions en 2011, la quantité de contenants de plastique réutilisables (CPR) utilisés pour la manutention des fruits et légumes est passée à 14,8 millions de caisses en 2012. Cette hausse s'explique surtout par notre travail constant auprès des producteurs locaux afin de favoriser l'adoption des CPR pour les produits à grand volume comme les haricots, le maïs, les carottes, les pêches, les raisins et les agrumes. À l'heure actuelle, 283 produits sont livrés dans des CPR. Nous collaborons étroitement avec les producteurs pour régler les problèmes opérationnels qu'implique cette transition des caisses en carton ondulé ou en carton ciré aux CPR. Nombreux sont les producteurs qui, une fois le changement apporté, en voient les avantages, comme une réfrigération plus efficace et des chargements et déchargements plus rapides. Notons que les CPR sont aussi synonymes de qualité supérieure, de meilleure protection des produits, et de diminution des coûts liés aux matériaux, à la main-d'œuvre, à l'expédition et à la gestion des matières résiduelles.

Comparativement aux caisses de carton ondulé ciré, les CPR génèrent moins de matières résiduelles solides et une dépense d'énergie moindre, donc moins d'émissions de gaz à effet de serre (GES), car ils peuvent être réutilisés à de nombreuses reprises.

Magasins détenus par la société

Dans chacune des quatre régions du pays, nous nous sommes donné pour objectif de réacheminer 5 % plus de matières résiduelles qu'en 2011.

Dans l'Ouest du Canada, notre taux de réacheminement a atteint 54 %, principalement grâce au plus grand nombre de programmes de réacheminement des matières résiduelles organiques offerts. À l'heure actuelle, 55 de nos magasins participent au programme de recyclage multi-sources. En plus du carton et du papier, ce programme permet maintenant de recycler davantage de matériaux, comme les plastiques souples et rigides et le carton ondulé ciré. En Colombie-Britannique, 16 de nos magasins se sont aussi dotés de programmes de réacheminement des matières résiduelles organiques vers des sites de compostage. Nous nous préparons en effet en prévision de l'interdiction d'enfouir ce type de matières dans la région du Grand Vancouver, qui deviendra pleinement en vigueur d'ici 2015.

En Ontario, notre taux de réacheminement s'est établi à 74 %. À ce jour, 106 des 125 magasins détenus par la société en Ontario participent au programme de recyclage multi-sources. Parallèlement, la croissance de la demande pour les matières résiduelles organiques, comme source de production d'énergie renouvelable et de matières biologiques à l'aide de digesteurs anaérobie sur les fermes, nous a permis d'améliorer notre taux de réacheminement de ce type de matières.

Au Québec, nous avons atteint un taux de réacheminement de 60 % en poursuivant l'expansion de notre programme de gestion des matières résiduelles organiques. À la fin de l'année, 22 magasins participaient à un programme de compostage consistant à jumeler chaque magasin à des producteurs agricoles locaux disposant d'installations de compostage. Ces producteurs transforment les matières résiduelles organiques en un compost riche en nutriments. Nous comptons étendre ce programme à environ 25 autres magasins en 2013.

Dans les provinces atlantiques, notre taux de réacheminement s'est établi à 66 %. Le magasin *Atlantic Superstore* d'Elmsdale, en Nouvelle-Écosse, a réacheminé 89 % de ses matières résiduelles. En 2012, l'équipe d'Elmsdale a procédé à une vérification complète du magasin afin d'identifier toutes les sources génératrices de matières résiduelles et trouver comment les limiter. À la suite de cette vérification, le programme de recyclage multi-sources a été étendu au carton ciré et aux contenants en plastique noir, les produits périssables envoyés aux banques alimentaires ont commencé à être consignés, et les affiches pour le tri à la source ont été améliorées pour aider les collègues à mieux séparer les matières résiduelles. Le magasin prévoit piloter un programme « zéro matières résiduelles acheminées dans les sites d'enfouissement » en 2013. Les taux de réacheminement dans les provinces atlantiques demeurent les meilleurs au pays grâce aux législations de la Nouvelle-Écosse et de l'Île-du-Prince-Édouard, qui rendent obligatoire le réacheminement des matières résiduelles organiques.

Nous avons fait des progrès louables en 2012, mais nous sommes ralentis par le manque de solutions rentables en matière de réacheminement.

Centres de distribution et de services aux magasins

Nos centres de distribution (CD) ont une feuille de route éloquente en matière de réacheminement des matières résiduelles. Leur taux est en effet exceptionnel : 81 % en 2012. Parmi les meilleurs CD à ce chapitre, on retrouve ceux de Pitt Meadows, Colombie-Britannique (92 %), de Boucherville, Québec (86 %), de Lakeside, Nouvelle-Écosse (91 %) et de Maple Grove, Ontario (89 %).

Les matières résiduelles générées par nos centres de distribution incluent les palettes en bois, le carton ondulé, la pellicule plastique, le métal, les matières résiduelles organiques ainsi que d'autres matériaux d'emballage, notre but étant d'être en mesure d'en recycler la majeure partie. De solides programmes de gestion des matières résiduelles organiques sont maintenant en place dans huit CD : à Surrey et à Vancouver (en Colombie-Britannique), à Freeport et à Edmonton (en Alberta), à Maple Grove (en Ontario), à Lakeside (en Nouvelle-Écosse) ainsi qu'à Moncton et à Caledonia (au Nouveau-Brunswick).

Tous nos CD font l'objet d'une vérification annuelle de conformité aux lois et réglementations environnementales ainsi qu'à nos programmes de gestion en la matière. Nous faisons aussi appel à des vérificateurs tiers afin d'évaluer le taux de réacheminement des matières résiduelles de certains CD et de repérer les autres possibilités d'amélioration.

Chaque CD fixe ses propres objectifs et encourage ses collègues à participer. Les CD communiquent leurs résultats tous les trimestres et discutent de leur rendement lors de rencontres quotidiennes entre collègues. Certains CD ont amélioré leurs installations de recyclage pour faciliter le tri des matières résiduelles, désigné des champions du réacheminement et mis en place des campagnes de mobilisation des collègues. À Maple Grove, la campagne *We hate waste* a connu beaucoup de succès en 2012. Dans certains CD, les collègues participant au recyclage de rouleaux de pellicule de plastique vides se sont vu offrir un jour de congé.

Le taux de réacheminement des matières résiduelles de nos centres de services aux magasins a atteint 76 %. Ces matières se composent généralement de papier, de contenants de boisson et de matières organiques provenant des cafétérias ou des coins repas. De plus, nous avons mis en place un programme de réacheminement des vieux ordinateurs, imprimantes et autres articles de ce genre vers les sites de recyclage de composantes électroniques. Les vieux meubles sont soit réutilisés dans d'autres établissements de Loblaw, soit donnés à des organismes sans but lucratif. Les centres de services de Calgary et de Montréal sont les champions du réacheminement pour 2012 avec des taux respectifs de 84 % et 80 %.

Gaspillage alimentaire

À l'heure où le monde est aux prises avec sans cesse davantage de problèmes environnementaux, la nécessité de nourrir une population mondiale qui croît constamment et de nombreux défis sur le plan économique, les matières résiduelles alimentaires constituent un enjeu important, qui mobilise l'attention des gouvernements, des entreprises, des chercheurs et de la société en général. Au Canada, on estime que les consommateurs et l'industrie alimentaire jettent 40 % des aliments produits chaque année, pour une valeur estimée à 27 milliards de dollars[1-2]. L'économie mise à part, le gaspillage alimentaire pose un important problème environnemental. Les matières résiduelles alimentaires produisent en effet plus de gaz à effet de serre que des sources comme les emballages de plastique[3].

Loblaw a donc inscrit la réduction du gaspillage alimentaire au nombre des priorités de son plan de RSE à long terme. Il en va de même pour le Dr Ralph Martin, président de la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Les Compagnies Loblaw limitée à l'Université de Guelph. Dans le cadre de son mandat consistant à entraîner des changements au niveau des systèmes de production alimentaire dans un contexte tenant compte des facteurs essentiels liés au développement durable, à l'environnement, aux communautés et à l'économie, le Dr Martin collabore avec une foule d'intervenants pour alimenter la réflexion commune et développer des stratégies pratiques de réduction du gaspillage alimentaire. Avec le concours de son équipe, il travaille actuellement sur trois projets importants : une recherche sur les ménages ontariens pour quantifier les résidus alimentaires produits par les consommateurs de la province, une étude sur les changements climatiques visant à déterminer comment répartir le trèfle uniformément au sein des cultures de blé pour obtenir un sol organique plus performant, et enfin, une étude sur la réduction de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre dans le secteur agricole.

Au nombre des mesures prises par Loblaw pour réduire le gaspillage alimentaire, certains magasins et centres de distribution ont mis sur pied des programmes de don des produits périssables aux banques alimentaires locales et aux organismes de récupération d'aliments, de même que des programmes de réacheminement vers des sites où les matières résiduelles organiques servent à produire de l'énergie. En 2012, certains magasins détenus par la société de la région du Grand Toronto ont remis à Second Harvest plus de 324 700 kg de produits frais périssables. De plus, certains centres de distribution ont remis plus de 725 700 kg de produits frais périssables aux banques alimentaires locales de leur communauté.

En partenariat avec le Conference Board du Canada, nous avons coprésidé le Sommet canadien sur l'alimentation, un congrès de deux jours qui a réuni des détaillants en alimentation, des représentants de l'industrie, des spécialistes et des chercheurs; ce fut l'occasion d'une réflexion sur le secteur alimentaire canadien à la lumière de notions comme la qualité, les prix, la disponibilité et la gestion des matières résiduelles, afin de travailler à l'élaboration d'une stratégie canadienne en matière d'alimentation.

Nous avons aussi piloté un projet visant à abolir les obstacles au recyclage des emballages double coque thermoformés au sein de l'industrie. Ce changement favorise non seulement le recyclage de ce type d'emballage, mais il contribue à réduire la quantité de matières résiduelles organiques en prolongeant la durée de conservation des aliments.

1 Les statistiques comprennent la nourriture destinée à la consommation humaine ou qui sera destinée à la consommation après avoir été transformée, comme le blé.

2 M. Gooch, A. Felfel, et N. Marenick, *Food Waste in Canada*, Value Chain Management Centre, George Morris Centre, 2010.

3 *Cut Waste, Grow Profit*, Value Chain Management Centre, George Morris Centre, 2012.

Réduction des emballages

Les emballages sont essentiels puisqu'ils protègent les produits afin qu'ils parviennent aux clients dans le meilleur état possible. Toutefois, certains emballages finissent dans les sites d'enfouissement, surtout dans les régions où le recyclage est peu répandu. D'après nos recherches, nos clients souhaitent la réduction des emballages. Nous savons aussi qu'il nous incombe d'en optimiser la qualité de façon à mieux protéger les produits tout en diminuant le gaspillage alimentaire et notre incidence sur l'environnement.

Bien que nous ayons fait beaucoup de progrès au cours des cinq dernières années, la réduction des emballages demeure un défi et nous avons encore beaucoup à faire.

Un de nos principaux objectifs est de réduire de 5 % (soit de 11 800 000 kg) la quantité totale d'emballages utilisés pour nos produits de marques contrôlées d'ici 2015. À ce jour, nous avons diminué de 4 056 022 kg la quantité d'emballages utilisés pour 205 produits de marques contrôlées dans de nombreuses catégories, dont les produits de la mer préemballés, les viandes transformées, les produits secs et les boissons. Cette diminution comprend notamment la réduction du poids des bouchons de nos boissons embouteillées et l'épaisseur des emballages de nos ailes de poulet *le Choix du Président*.

Par ailleurs, nous faisons des progrès quant à l'atteinte des objectifs que nous nous étions donnés en 2010, soit éliminer 50 % des matériaux non recyclables utilisés dans les emballages de nos produits de marques contrôlées d'ici 2013, ce qui représente quelque 5 000 produits. Jusqu'à maintenant, nous y sommes parvenus pour 511 produits.

Personne ne peut régler à lui seul les problèmes relatifs aux emballages. Chacun doit faire sa part, mettre à profit son expérience et investir si nous voulons accélérer l'apparition de solutions. À cette fin, nous avons pour notre part fait équipe avec les plus grands détaillants et les plus importants fabricants de biens de consommation du Canada pour créer la Canadian Stewardship Services Alliance (CSSA). La CSSA vise à trouver des solutions permettant aux entreprises de remplir plus efficacement leurs obligations en matière de collecte et de recyclage des contenants, des emballages et du matériel imprimé, et aux organismes de financement des programmes de compensation de diverses provinces de bien mettre en œuvre leurs programmes de recyclage. En outre, la CSSA peut aider les différents paliers de gouvernement à établir des cadres politiques et réglementaires en matière de gestion des contenants, des emballages et du matériel imprimé à l'échelle nationale. Loblaw joue également un rôle de premier plan au sein des groupes de travail de PAC NEXT, une initiative conjointe de l'industrie prônant l'élimination des matières résiduelles provenant des emballages.

En 2013, nous prévoyons revoir nos objectifs de réduction des emballages, établir un organigramme décisionnel réaliste à ce chapitre et piloter des études à l'aide de nos produits de marques contrôlées visant à optimiser la conception des emballages de produits et à favoriser leur recyclage.

Réfrigération et efficacité énergétique

Ces dernières années, nous avons redoublé d'efforts pour réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) au moyen d'initiatives axées sur l'efficacité énergétique, la réduction des fuites de gaz réfrigérant et d'autres initiatives en matière d'énergie renouvelable.

Efficacité énergétique

Nous avons atteint notre objectif de réduire de 3,1 % par pied carré la consommation d'énergie de nos magasins comparables, grâce notamment à l'amélioration des systèmes d'éclairage de nos bâtiments et de nos présentoirs, et à une gestion plus efficace de nos systèmes de chauffage et de réfrigération en magasin. En 2012, nous avons remplacé 36 206 luminaires dans 127 magasins par une nouvelle technologie de luminaires à lampes fluorescentes. Au cours des deux dernières années, nous avons remplacé un total de 72 495 luminaires. L'énergie ainsi économisée équivaut à la quantité nécessaire pour alimenter environ 9 923 foyers canadiens pendant un an.

Nous avons par ailleurs modernisé nos présentoirs de produits surgelés dotés de portes verticales en les munissant d'ampoules à DEL dans le cadre d'un projet pilote déployé dans cinq magasins détenus par la société en Colombie-Britannique. Les ampoules à DEL durent plus longtemps et utilisent moins d'électricité dans un environnement à basse température que les ampoules fluorescentes ordinaires. Nous comptons procéder à d'autres conversions semblables dans nos magasins détenus par la société en 2013, et tous nos nouveaux présentoirs de produits surgelés munis de portes verticales seront éclairés par des DEL.

Depuis 2010, nous avons complété la modernisation de l'éclairage de 14 de nos centres de distribution (CD), en remplaçant les unités d'éclairage ordinaires par un éclairage fluorescent. Nous avons aussi installé des interrupteurs et des gradateurs manuels dans certains CD et remplacé les unités d'éclairage ordinaires par des unités à DEL dans les congélateurs et aux quais de chargement de quatre CD. Nous prévoyons faire passer plus de CD aux luminaires DEL en 2013.

Optimiser les systèmes de gestion énergétique de nos magasins est une autre de nos priorités. Loblaw peut compter sur une équipe de techniciens dédiée chargée d'optimiser la consommation d'énergie de nos systèmes de réfrigération, d'éclairage, de chauffage, de ventilation et de climatisation (CVAC). Certains de ces systèmes sont contrôlés à distance grâce à un système de contrôle du bâtiment connecté à Internet.

Réfrigération

Près de la moitié de la consommation énergétique d'un supermarché est attribuable aux systèmes de réfrigération. C'est pourquoi nous consacrons beaucoup de temps et de ressources à optimiser nos systèmes et procédés de réfrigération. En 2012, dans le cadre d'un projet pilote, nous avons installé des portes verticales aux présentoirs de produits laitiers d'un de nos magasins détenus par la société. Les résultats étant positifs, nous comptons étendre ce changement à davantage de magasins en 2013.

Loblaw s'efforce d'être à l'avant-garde de la technologie en matière de réfrigération. Au 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 (CO_2). Nous prévoyons d'ailleurs continuer à innover en 2013 en testant la prochaine génération de système de réfrigération au CO_2, soit le système de réfrigération par cycle trans-critique, qui fonctionne uniquement au dioxyde de carbone.

La réduction des fuites de gaz réfrigérant est une autre grande priorité de notre programme, et notre solide protocole de vérification dans nos magasins détenus par la société nous a permis de réaliser d'importants progrès à ce chapitre d'une année à l'autre, et ce, au cours des trois dernières années.

Énergie solaire

Les projets pilotes visant l'installation de panneaux solaires sur les toits de quatre magasins en Ontario ont été concluants. Par conséquent, nous avons commencé à en installer sur le toit de 12 autres magasins en 2012, et d'ici la fin de 2013, nous prévoyons faire de même pour 28 magasins additionnels. Les panneaux solaires 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 demandent peu d'entretien, ne produisent aucune émission et sont silencieux, ce qui en fait une source d'énergie propre et sécuritaire.

Efficacité de la flotte

Nous avons poursuivi nos initiatives pour réduire l'incidence environnementale de notre flotte. Nous avons notamment remplacé nos vieux camions par des modèles plus récents et plus efficients, formé nos chauffeurs en matière d'économie de carburant et de réduction du temps de marche au ralenti, et modernisé l'équipement en introduisant, entre autres, des groupes auxiliaires de puissance (GAP) alimentés par des batteries.

Camions

En 2012, nous avons ajouté à notre flotte 57 nouveaux camions plus efficients, portant à 195 le nombre de nos camions répondant aux rigoureuses normes 2010 sur les émissions de l'Environmental Protection Agency (EPA) des États-Unis. Nos nouveaux camions permettent à eux seuls d'améliorer notre rendement en matière d'économie de carburant de 7,5 %.

Tous les nouveaux camions à couchette achetés en 2012 étaient munis de GAP à batterie ne fonctionnant pas au diesel. Leurs chaufferettes d'appoint, systèmes de climatisation et autres accessoires comme la télévision et les mini-réfrigérateurs sont alimentés par des batteries plutôt que par le moteur diesel, ce qui réduit le temps de marche au ralenti.

Nous avons en outre muni tous les camions détenus par la société d'un système de contrôle de la flotte qui, relié à notre système de gestion du transport, permet de suivre en temps réel le kilométrage, la vitesse, le temps de marche au ralenti et d'autres indicateurs utiles. Au bout du compte, ce système nous permet d'éliminer le gaspillage et d'outiller nos gérants du transport, qui peuvent donner une rétroaction quotidienne aux chauffeurs pour que ceux-ci conduisent de façon plus soucieuse de la consommation d'énergie. En formant les chauffeurs et en investissant dans l'équipement, nous avons réduit le temps de marche au ralenti en 2012; celui-ci s'établit maintenant à 7,9 %.

Notre programme de rechapage des pneus vise à remettre en état nos pneus usés au lieu d'en acheter de nouveaux. Ce programme permet d'éviter l'élimination de pneus et d'économiser du pétrole, substance entrant dans la fabrication des pneus. Depuis 2008, Loblaw a rechapé 29 088 pneus.

Solutions de rechange au carburant

Nous avons d'autres initiatives en cours pour réduire la consommation de carburant et améliorer le rendement énergétique.

Transport multimodal – Le transport ferroviaire est bien plus économique en termes de consommation de carburant que le transport routier. Ce mode de transport est surtout utilisé dans l'Ouest du pays, mais on envisage d'y recourir davantage dans les autres régions. Le long de l'axe très fréquenté reliant Toronto à Montréal, une route express est à l'essai, des remorques de Loblaw étant chargées directement sur des wagons spécialement conçus. En 2012, nous avons livrés 22 907 chargements par rail.

Trains routiers – Dans le cadre de nos efforts visant à réduire notre empreinte carbone, nous continuons à étendre notre utilisation des trains routiers au sein de notre flotte. À puissance moteur égale, ces véhicules peuvent tirer des charges plus volumineuses, ce qui nous a permis de réduire le nombre de camions sur la route. Bien que les trains routiers soient monnaie courante dans l'Ouest du Canada, nous travaillons auprès des gouvernements provinciaux pour pouvoir les utiliser davantage au Québec et en Ontario.

Systèmes avec plate-forme additionnelle – Nous avons investi dans 10 systèmes de levage munis d'une « tablette » supplémentaire pour charger les produits dans la remorque. Les poutres de ce système à deux niveaux sont spécialement conçues pour supporter le poids du chargement et peuvent être réglées à n'importe quelle hauteur. Ce système nous permet de presque doubler le volume de chargement d'une remorque.

Réduction du kilométrage à vide – Afin de réduire le kilométrage à vide, nous avons fait passer le total des retours à charge de 163 379 en 2011 à 189 409 en 2012, réduisant ainsi le nombre de remorques à vide sur la route. Dans le cadre de nos efforts pour maximiser le volume des chargements, nous avons expédié 19,8 millions de caisses de produits de plus tout en effectuant 12 476 voyages en moins.

Réduction de notre empreinte carbone

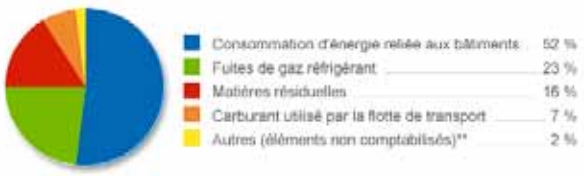
En tant que plus grand détaillant en alimentation au Canada, nous jouons un rôle important dans la lutte contre les changements climatiques et nous entendons bien faire notre part. Les meilleurs moyens pour nous de réduire notre empreinte carbone sont l'utilisation efficace de l'énergie et du carburant, ainsi que la réduction des matières résiduelles et des fuites de gaz réfrigérant.

En 2012, nous avons réduit l'empreinte carbone de l'ensemble de nos activités grâce à l'amélioration de notre efficacité énergétique, à la mise en œuvre de technologies avancées de production d'énergie renouvelable et à l'élargissement de nos programmes de réacheminement des matières résiduelles. Cette année, nos émissions de gaz à effet de serre (GES) ont totalisé 1 098 975 772 kg.

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).

ÉMISSIONS TOTALES DE GAZ À EFFET DE SERRE EN 2012*

(1 098 975 772 kilogrammes eq CO_2)



* Ces données ne comprennent pas celles des magasins franchisés, indépendants et *T&T Supermarkets*.

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

Notre façon de faire des affaires

Programme sur les arbres comestibles

Grâce au soutien de Loblaw, Arbres Canada a planté plus de 177 000 arbres partout au pays depuis 2008. En 2012, Loblaw a versé 50 000 $ à cet organisme pour financer le programme Arbres comestibles, qui vise la plantation d'arbres fruitiers et d'arbres à noix dans les collectivités canadiennes, afin d'aider à nourrir les moins bien nantis et de favoriser la participation des citoyens à la culture et au soin de cette ressource alimentaire en milieu urbain. Notre don a permis de planter 1 244 arbres d'avril à septembre 2012. Sur 200 candidatures à l'échelle nationale, 20 projets ont été sélectionnés, auxquels ont participé 1 679 personnes de 20 communautés.

Relevés de paie électroniques

Depuis 2012, tous les collègues et franchisés de Loblaw reçoivent leurs relevés de paie par l'intermédiaire d'un site Web sécurisé et protégé par un mot de passe. Les relevés de paie électroniques ont permis d'éliminer l'envoi postal d'environ 1 395 000 relevés en papier par année.

Montures de lunettes écologiques

Les rayons Mode Vision de nos magasins sont fiers d'offrir les produits Eco Eyewear, la seule collection d'articles de lunetterie faite à 95 % de matériaux recyclés. Ces matériaux proviennent du « recyclage blanc », c'est-à-dire que des matériaux neufs que d'autres compagnies mettraient au rebus sont récupérés et transformés en de nouvelles feuilles de métal et de plastique pour fabriquer des montures. Chaque monture est vendue dans une pochette en coton biologique, et s'accompagne d'une boîte en carton recyclable et d'une enveloppe-réponse. La boîte et l'enveloppe peuvent être utilisées pour renvoyer vos anciennes lunettes au fabricant, qui les distribuera aux gens dans le besoin dans les pays en développement. De plus, le fabricant plante un arbre pour chaque monture vendue.

L'un des employeurs les plus écolos

En 2012, Loblaw s'est classée parmi les employeurs les plus verts au Canada pour la troisième année consécutive. Elle s'est value cette distinction grâce à ses efforts visant à diminuer la consommation de carburant de sa flotte de camions, à éviter l'enfouissement d'un volume accru de matières résiduelles et à réduire sa consommation d'énergie.

Des emballages novateurs

La nouvelle nous a fait plaisir : Philip Short, de Vineland, en Ontario, un distingué producteur comptant parmi nos partenaires et propriétaire de l'entreprise d'emballage Vortex Packaging Niagara inc., a remporté le Prix du premier ministre pour l'excellence en innovation agroalimentaire. Ce prix souligne l'invention de son panier de pêches amélioré qui prolonge la conservation des fruits et les protège mieux pendant le transport. Philip Short et Vortex ont travaillé avec nous afin de répondre à nos besoins en matière d'emballage. Nous avons aussi collaboré à la conception et au marketing d'un nouvel emballage en plastique novateur destiné aux pêches et aux autres fruits à chair tendre. En plus de réduire la quantité de matières résiduelles alimentaires, ce panier est composé à 50 % de matériaux recyclés (PET), et de nombreuses municipalités l'acceptent dans les bacs de recyclage.

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 attendons pas moins de nous-mêmes et faisons tout en notre pouvoir pour adhérer aux normes les plus rigoureuses en matière d'approvisionnement responsable.

Nous offrons maintenant 108 produits certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC) en magasin, soit plus que tout autre détaillant en alimentation canadien

Tout notre porc frais provient du Canada

31 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins tout au long de l'année proviennent de producteurs canadiens

La totalité des plantes d'extérieur non tropicales et des sapins de Noël offerts dans nos Centres de jardinage proviennent de producteurs canadiens

Approvisionnement responsable

L'approvisionnement responsable, l'un des éléments clés de la stratégie à long terme de Loblaw, tient compte des enjeux tant locaux que mondiaux qui touchent les Canadiens. À cet effet, nous collaborons avec les fournisseurs et les associations de l'industrie afin de nous approvisionner de façon responsable, surtout en ce qui concerne nos gammes de produits de marques contrôlées.

Produits de la mer durables

Il y a quatre ans, nous avons lancé notre programme en matière de produits de la mer durables. Nous étions le premier détaillant en alimentation au Canada à s'engager à s'approvisionner en produits de la mer exclusivement auprès de sources durables, y compris pour les produits contenant des produits de la mer. Depuis ce jour, nous avons fait d'importants progrès, que ce soit au niveau de l'élargissement de notre offre de produits de la mer certifiés issus de sources durables, de nos efforts auprès des intervenants afin d'encourager l'industrie à adopter des pratiques de pêche responsable des produits de la mer sauvages et d'élevage, de la sensibilisation de la clientèle, du retrait des espèces à risque de nos comptoirs, de l'établissement de critères en matière de pêche durable pour nous assurer que nos produits de la mer sont capturés sur des stocks sauvages durables ou élevés de façon responsable, de la reconnaissance des pêcheries et du soutien aux pêcheurs et aux économies locales.

Nous offrons plus de produits de la mer sauvages certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC) que tout autre détaillant en alimentation canadien, leur nombre étant passé de 73 produits en 2011 à 108 en 2012. On les retrouve dans différentes catégories : produits de la mer frais, surgelés ou en conserve, nourriture pour animaux, produits d'épicerie et suppléments vitaminiques. Nous offrons aussi plusieurs produits certifiés par le MSC, notamment les produits High Liner et Janes Family Foods, sans oublier Bento Sushi, dont les 124 kiosques en magasin ont obtenu leur certification Chaîne de garantie d'origine (CoC) du MSC. À seulement un an de l'échéance fixée pour la réalisation de notre objectif, nous mettons tout en œuvre pour achever cette transition comme prévu et remplacer nos autres produits de la mer par des produits issus de sources durables ou responsables.

En 2012, Loblaw a obtenu la certification Chaîne de garantie d'origine du MSC pour les comptoirs de produits de la mer frais de 16 de ses magasins. Les magasins ainsi certifiés ont été soumis à un audit indépendant attestant que leurs systèmes de conservation des données, de traçabilité et d'entreposage prouvent que seuls leurs produits de la mer provenant de pêcheries certifiées portent l'écolabel du MSC.

Nous avons également fait des progrès à d'autres chapitres.

IFFO – Loblaw est devenue le tout premier détaillant au monde à se joindre à l'IFFO, l'association commerciale de l'industrie des produits de la mer. Nous travaillons à ce que tous les poissons d'élevage soient nourris d'aliments contenant uniquement de la farine et de l'huile de poisson conformes à la norme globale et au programme de certification de l'IFFO en matière d'approvisionnement responsable en farine et en huile de poisson.

Produits certifiés par l'Aquaculture Stewardship Council (ASC) – Nous avons réussi à obtenir la certification Chaîne de garantie d'origine de l'ASC pour notre tilapia frais et surgelé, qui fera son entrée dans nos magasins en 2013. Cette certification atteste que le poisson que nous offrons provient de fournisseurs certifiés pour leurs méthodes d'aquaculture responsables sur les plans social et environnemental. La certification de l'ASC est la plus reconnue au monde en matière d'aquaculture responsable. Loblaw sera le premier détaillant en alimentation d'Amérique du Nord à offrir du poisson et des produits de la mer certifiés par l'ASC dans ses magasins.

Protection des espèces à risque – Nous avons ajouté le vivaneau rouge américain à la liste des espèces que nous allons cesser d'offrir en attendant de trouver des sources durables, car il s'agit d'une espèce en péril, tout comme l'hoplostète orange, le requin et la raie. Pour le bar du Chili, qui faisait lui aussi partie de cette liste, nous avons travaillé de concert avec notre conseiller scientifique et avons trouvé deux pêcheries durables; nous réintroduirons donc ce produit dans nos magasins certifiés Chaîne de garantie d'origine.

Questionnaire à l'intention des fournisseurs – Nous avons recueilli des données détaillées en matière d'approvisionnement auprès de certains de nos plus importants fournisseurs de produits de la mer afin d'évaluer et de gérer nos sources d'approvisionnement. Nos autres fournisseurs devront à leur tour y répondre en 2013.

Thon en conserve de source durable – Le thon en conserve est le produit de la mer le plus vendu dans nos magasins, et depuis 2010, nous avons entrepris de nous procurer l'ensemble de notre thon en conserve auprès de membres de l'International Seafood Sustainability Foundation (ISSF). En 2013, grâce aux études et aux programmes mis en œuvre par l'ISSF ainsi qu'au soutien de nos conseillers scientifiques, nous adopterons une politique d'approvisionnement en thon en conserve qui nous permettra de contribuer à la conservation de cette espèce. En vertu de cette politique, nous opterons notamment pour des sources d'approvisionnement en thon en conserve responsables pour lesquelles des données scientifiques démontrent qu'il y a moins de capture accessoire et que le niveau des stocks est acceptable, et qui pourront éventuellement obtenir une certification.

Bien-être des animaux

Les enjeux liés au bien-être des animaux nous tiennent à cœur. C'est pourquoi Loblaw entend travailler avec ses fournisseurs, les associations de l'industrie et les spécialistes en la matière pour voir à l'application de normes et de pratiques exemplaires favorisant le bien-être, la protection et la sécurité des animaux et des éleveurs. Parmi les spécialistes avec qui nous avons discuté, notons le Dr Temple Grandin, docteur américain en sciences animales et professeur à l'Université du Colorado.

Nous sommes soucieux des conditions d'hébergement, notamment des batteries de ponte et des cages de gestation des truies. Ces cages sont un enjeu important et nous avons eu de nombreuses discussions avec nos fournisseurs de porc, qui savent que nous prônons l'élevage des truies dans des installations suffisamment vastes. En 2013, nous nous engagerons à nous approvisionner, d'ici la fin de 2022, en porc frais auprès de fournisseurs utilisant un système de stabulation libre.

En 2012, Loblaw est devenue membre associé du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE), un forum regroupant différents intervenants qui permet de faciliter le développement des normes régissant les pratiques de fermes d'élevage, et la révision des codes actuellement en vigueur concernant les poules pondeuses et les porcins. Ce processus constitue une approche crédible et équilibrée qui repose sur la science.

En 2011, nous nous sommes engagés à travailler avec l'industrie afin que tous nos œufs *le Choix du Président* soient pondus par des poules élevées « en liberté ». Notre gamme d'œufs *le Choix du Président* comprend les marques *le Choix du Président*, *PC Biologique* et *PC Menu bleu*. À l'heure actuelle, nos œufs *le Choix du Président* et *PC Biologique* sont pondus par des poules élevées « en liberté », ce qui signifie que ces œufs proviennent exclusivement de poules pondeuses vivant dans de vastes espaces à aire ouverte où elles peuvent se déplacer librement, se nourrir et faire leur nid. La prochaine et dernière étape à franchir pour atteindre notre objectif est d'étendre cette pratique à nos œufs oméga *PC Menu bleu*.

Quant à nos matières premières et à nos cosmétiques *Joe Fresh*, ils ne sont pas testés sur des animaux.

Production durable d'huile de palme

L'huile de palme est une huile végétale extraite du fruit du palmier. Cette huile et ses dérivés entrent en petite quantité dans la composition d'une multitude de produits, surtout des produits de boulangerie et des produits de santé et de beauté. Malheureusement, la demande mondiale accrue contribue à la destruction des forêts pluviales et des habitats naturels.

Étant donné la gravité du problème, nous avons entrepris des discussions avec WWF et la Table ronde sur la production durable d'huile de palme (RSPO), une organisation internationale fondée en 2004 pour promouvoir la production et l'utilisation durables de l'huile de palme. La Table gère notamment un programme de certification visant à garantir la traçabilité de l'huile de palme entrant dans la composition d'un produit et le fait que cette huile a été produite de façon responsable. En 2013, nous comptons devenir membres de cet organisme, nous nous doter d'une politique et d'un plan d'action en ce qui a trait à l'huile de palme durable, recenser tous nos produits alimentaires et non alimentaires de marques contrôlées contenant de l'huile de palme, et exiger de nos fournisseurs de produits de marques contrôlées qu'ils adhèrent à nos objectifs et se conforment aux normes de certification de la Table.

Papier responsable

Nous visons l'approvisionnement responsable en papier. À ce jour, tout le papier à photocopie utilisé à l'interne est certifié par le Forest Stewardship Council (FSC). Nos bulletins internes et les livrets mode *Joe Fresh* sont aussi imprimés sur du papier certifié par le FSC. La plupart de nos produits de marques contrôlées à base de papier vendus dans nos rayons de papeterie seront certifiés en 2013. De plus, nous élaborons présentement une politique en matière d'approvisionnement durable pour l'entreprise, afin de s'assurer que tous les produits à base de papier utilisés à l'interne à l'échelle de l'entreprise ou vendus au détail soient issus de sources durables.

Approvisionnement local

Chez Loblaw, nous nous sommes engagés à acheter nos produits d'abord au Canada. C'est pourquoi nous travaillons sans relâche avec les fournisseurs et producteurs agricoles canadiens pour offrir en magasin des produits frais de provenance locale ou régionale 12 mois par année.

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

En 2012, nous avons tenu pour la cinquième année consécutive la campagne *C'est de chez nous*, qui mettait en vedette de délicieux fruits et légumes estivaux tout en fraîcheur cultivés au Canada. Pendant cette campagne, jusqu'à 40 % des fruits et légumes offerts en magasin provenaient de producteurs canadiens. Le pourcentage varie selon les régions, mais jusqu'à 180 produits ont fait partie du programme *C'est de chez nous*. Nous avons aussi veillé à maximiser la disponibilité des fruits et légumes frais canadiens tout au long de l'année : en 2012, 31 % des fruits et légumes achetés par Loblaw étaient d'ici.

Nous portons un soin jaloux à nos relations avec les producteurs agricoles locaux, dont certains travaillent avec nous depuis plus de 40 ans. Nous comptons d'ailleurs dans chaque région sur un gestionnaire du développement des fournisseurs, qui soutient à temps plein les producteurs locaux et veille à les mettre en relation avec les acheteurs de Loblaw. En outre, nous tenons des rencontres annuelles avec les producteurs de fruits et légumes de chaque région pour discuter des tendances de l'industrie, des pratiques exemplaires, des exigences de Loblaw en matière de qualité et de salubrité et d'autres sujets importants. Loblaw est le seul détaillant en alimentation au Canada à tenir de telles rencontres.

Centres de jardinage

Chaque printemps, les Centres de jardinage refont leur apparition dans la plupart de nos magasins. Nous sommes fiers de pouvoir dire que toutes nos plantes d'extérieur non tropicales viennent de producteurs d'ici, tout comme les sapins de Noël offerts au temps des Fêtes. Nous travaillons avec plus de 25 producteurs canadiens pour que nos Centres de jardinage présentent des produits inédits et qu'ensemble ils forment une grande famille qui met ses ressources et ses connaissances en commun. Parmi leurs dernières innovations, signalons le Saladier savoureux *le Choix du Président*, notre exclusif Dahlia Hypnotica Cotton Candy *Super Gigantico le Choix du Président* et enfin, le tout nouveau Camerisier *le Choix du Président*. De plus, nous avons travaillé de concert avec un fabricant canadien pour créer la Jardinière illuminée multicolore à énergie solaire *le Choix du Président* et le Récupérateur d'eau de pluie avec jardinière *le Choix du Président*. Ces produits témoignent de notre constante collaboration avec des fournisseurs qui sont capables de nous approvisionner en bons produits canadiens et tout aussi visionnaires et soucieux de l'environnement que nous.

Bœuf et porc canadiens

À l'heure actuelle, nous offrons du porc frais de provenance uniquement canadienne, exception faite des produits offerts en promotion ou vendus dans certains magasins à escompte. Il nous reste du travail à faire pour offrir du bœuf frais provenant du Canada, mais nous sommes déterminés à collaborer avec nos fournisseurs afin d'atteindre cet objectif.

Nous avons étendu le programme Ontario Corn Fed Beef (OCFB) à 241 magasins de la province dans le cadre de notre partenariat avec l'Ontario Cattle Feeders' Association; ces magasins sont approvisionnés par environ 500 producteurs ontariens. Le programme ayant connu un franc succès, nous envisageons des partenariats semblables avec les producteurs d'autres provinces.

Assurance qualité et sécurité alimentaire

Nous voulons que nos clients aient l'assurance que les aliments qu'ils se procurent chez nous sont sécuritaires. Nous appliquons donc des normes et des processus comptant parmi les plus rigoureux de l'industrie pour nous assurer que nos produits sont sécuritaires, d'une qualité supérieure et conformes à la loi. Ces normes s'appliquent aussi bien à nos propres activités qu'à celles de nos fournisseurs. De plus, nous collaborons étroitement avec nos homologues canadiens et étrangers afin de mieux gérer les risques en matière de sécurité des aliments.

L'Académie Loblaw

En 2012, plus de 100 fournisseurs de produits de marques contrôlées se sont inscrits à notre nouveau programme intitulé l'Académie Loblaw. Née d'un partenariat entre Loblaw et le Canadian Research Institute for Food Safety de l'Université de Guelph, l'Académie Loblaw vise à offrir aux fournisseurs un cadre de formation leur permettant de se familiariser avec les attentes de Loblaw en matière de salubrité et de qualité des aliments, d'acquérir des compétences professionnelles et techniques dans le domaine et de faire du réseautage. Ce programme consiste en 10 modules, un forum de discussion, des travaux écrits et des questionnaires. Les modules portent notamment sur l'analyse des risques, l'aménagement des installations, les allergènes, le contrôle et la détection des corps étrangers, la durée de conservation des aliments et la gestion d'incidents. L'académie suscite beaucoup d'enthousiasme, et la participation au forum a surpassé de loin nos attentes.

Certification des fournisseurs

Nous sommes le premier détaillant en alimentation au Canada à exiger de nos fournisseurs de marques contrôlées de se conformer aux normes de l'Initiative mondiale pour la sécurité des aliments (GFSI). L'Initiative a évalué 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'Initiative, il est aussi réputé conforme aux autres normes correspondantes qu'elle reconnaît.

Nous sommes également parmi les premiers à avoir adopté les normes de l'Initiative et à les avoir fait appliquer par les producteurs agricoles canadiens, ce qui inclut le programme de la salubrité des aliments à la ferme de CanadaGAP. En 2012, nous avons mis l'accent sur la certification des producteurs de fruits et légumes. L'un des grands défis tient au fait que beaucoup de fournisseurs s'approvisionnent auprès de différents producteurs et que tous ces producteurs doivent être certifiés pour que le fournisseur puisse l'être aussi. Il nous reste du travail à faire à ce chapitre. Nous concentrons nos efforts afin que nos producteurs de fruits et légumes de marques contrôlées soient conformes aux normes de certification de l'Initiative.

Audits de sécurité alimentaire

Les audits de sécurité alimentaire font partie intégrante de nos systèmes de gestion de la sécurité et de la qualité, à la fois au niveau des fournisseurs et des magasins. Des audits indépendants sont effectués par un tiers deux fois par an dans nos magasins, et une fois par an dans nos centres de distribution. De plus, nous avons une équipe de collègues qui sont des professionnels dans le domaine de la sécurité alimentaire et qui aident les magasins et les centres de distribution à appliquer des procédures garantissant la sécurité alimentaire, à apporter des correctifs pour combler les lacunes relevées et à mettre en œuvre des programmes d'amélioration continue.

« L'académie nous donne la chance de réévaluer et d'améliorer notre programme de sécurité alimentaire. J'ai trouvé le premier module très complet et détaillé. Je suis emballé par tout ce que je vais apprendre au cours des neuf prochains mois. »

FOURNISSEUR INSCRIT À L'ACADÉMIE LOBLAW

Notre façon de faire des affaires

Gardiner Farms et Ontario Corn Fed Beef

Gardiner Farms, près de Kirkton (en Ontario), est un fournisseur avec qui Loblaw apprécie travailler depuis le début du partenariat avec l'Ontario Cattle Feeders' Association. En compagnie de leur famille, ses propriétaires, Joel et Sarah Gardiner, élèvent des bovins et cultivent du maïs, des haricots, du foin et du blé depuis six bonnes décennies. Faisant partie du programme Ontario Corn Fed Beef (OCFB), ils ont à cœur d'élever localement un bœuf de qualité supérieure selon des méthodes écoresponsables suivant des protocoles rigoureux d'assurance qualité.

Gardiner Farms ensemence ses champs, effectue la rotation des cultures et procède aux récoltes en observant des pratiques saines. Ce qui est récolté sert à produire de la nourriture à bovins, respectant ainsi les normes de qualité du programme OCFB. De plus, le fumier est converti par un digesteur anaérobie, qui produit assez d'électricité propre pour alimenter 100 foyers pendant un an tout en générant un engrais naturel. Comme le disent les Gardiner, leur ferme est l'une des rares fermes bovines au Canada à pouvoir offrir aux Ontariens un excellent bifteck issu du programme OCFB, tout en produisant de l'énergie renouvelable pour recharger leurs téléphones cellulaires.

Linwell Gardens

Linwell Gardens, situé à Beamsville (en Ontario), est un fournisseur avec qui Loblaw apprécie travailler depuis 1991. Son propriétaire, George Alkema, parcourt le globe avec nous pour dénicher des plantes annuelles pouvant charmer nos clients et supporter les rigueurs du climat canadien. Une fois les plantes sélectionnées, nous veillons à ce qu'elles deviennent aussi radieuses sous nos latitudes que dans leur habitat naturel. C'est là que Linwell Gardens intervient. Des sélectionneurs des quatre coins du monde fournissent à l'entreprise des boutures, qu'elle repique dans des clayettes; une fois que les plants ont pris racine, elle les envoie à des producteurs canadiens. George Alkema leur rend aussi visite sur leur ferme, histoire de partager ses connaissances et son expertise.

Aujourd'hui, Linwell Gardens cultive des fleurs dans des serres totalisant plus de 19 acres en Ontario. Ces serres sont dotées de planteuses robotisées et de systèmes d'arrosage automatisés, ainsi que d'un réservoir d'eau souterrain pour recueillir l'eau de pluie. Cette eau est ensuite utilisée pour irriguer les plantes. Cette approche a fait ses preuves. Nous sommes fiers de compter Linwell Gardens parmi nos partenaires.

Océans pour Demain

Afin d'accroître la sensibilisation de la clientèle, nous avons tenu un événement national portant sur les produits de la mer certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC), le premier du genre au Canada. D'une durée de deux semaines, cet événement était commandité par le MSC, le WWF et nos fournisseurs de produits de marques nationales High Liner et Bento Sushi, la plus grande chaîne de restauration en Amérique du Nord à détenir la certification du MSC. Il a notamment compris des promotions en magasin et en circulaire, du nouveau matériel d'affichage et de nouveaux présentoirs. En plus de souligner le travail de nos plus importants fournisseurs partenaires, cet événement nous a permis d'accroître de manière substantielle les ventes de produits certifiés par le MSC et de mieux faire connaître son écolabel.

Fournisseur de l'année en matière de RSE

Notre prix Fournisseur de l'année en matière de RSE récompense nos fournisseurs de produits de marques contrôlées qui intègrent le mieux nos principes de RSE dans le développement, la transformation ou la distribution de leurs produits. Loblaw était fière de remettre son prix 2012 à Ocean Nutrition Canada, membre de la multinationale hollandaise Royal DSM, pour son soutien envers les pêcheries, le développement durable et l'environnement. L'huile de poisson d'Ocean Nutrition est extraite de petits anchois riches en oméga 3 pêchés près de la côte péruvienne suivant des pratiques qui assurent la viabilité des stocks depuis plus de 30 ans. Ocean Nutrition collabore étroitement avec l'association péruvienne des producteurs d'anchois pour préserver les populations de poissons de cette région.

Ocean Nutrition va jusqu'à exploiter de façon écologique sa principale usine de transformation d'huile de poisson, située à Mulgrave, en Nouvelle-Écosse. En effet, on y réutilise les matières résiduelles de la transformation de l'huile de poisson comme biodiésel pour alimenter les chaudières et le système de chauffage; l'usine fonctionne presque uniquement avec ce carburant à base d'huile de poisson.

Café du Jane Goodall Institute

En septembre 2012, la scientifique Jane Goodall (*Ph.D.*) a fait une apparition au magasin *Loblaws* du Maple Leaf Gardens[MD] pour le lancement d'un café durable certifié biologique élaboré en partenariat avec le Fresh Coffee Network. Le Jane Goodall Institute Blend est torréfié localement par petits lots et provient de communautés en Tanzanie, en Éthiopie ou en République démocratique du Congo. Entièrement compostable, il est vendu dans des emballages faits à 100 % de matières recyclées postconsommation et certifiées par le Forest Stewardship Council. Pour chaque livre vendue, deux dollars vont au Jane Goodall Institute of Canada, qui œuvre pour protéger les forêts et les chimpanzés d'Afrique et pour améliorer les conditions de vie des communautés de ce continent. Pour en savoir plus, visitez le www.janegoodall.ca (en anglais seulement).

Faire une différence positive dans notre communauté

En plus de répondre aux besoins quotidiens des ménages, nous offrons des produits et des services qui facilitent la tâche des consommateurs en quête de meilleurs choix santé et d'un mode de vie plus sain. Il est aussi très important pour nous de redonner aux communautés où nous sommes présents.

Avec l'aide de nos collègues, de nos clients, de nos fournisseurs, ainsi que de nos franchisés et de leurs employés, nous avons versé plus de 45 millions $ au profit d'organismes canadiens sans but lucratif

Depuis 1989, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé plus de 86 millions $ à plus de 15 000 familles et 13 000 programmes de nutrition partout au pays

Depuis 2010, nous avons réduit de 117,6 tonnes métriques la quantité de sodium de 428 produits transformés de marques contrôlées

Nous offrons maintenant 319 produits *PC Biologique* dans nos magasins. Il s'agit de la plus importante gamme de produits biologiques au Canada

Nous avons lancé le système de notation nutritionnelle Guiding Stars dans les magasins *Loblaws* de l'Ontario. Nous sommes le premier détaillant canadien à offrir ce système de notation

Nous avons embauché 22 diététistes dans 50 magasins détenus par la société

Profiter pleinement de la vie

Loblaw offre l'une des plus vastes sélections de produits frais et d'aliments plus santé au Canada, ainsi qu'une gamme complète de services permettant aux consommateurs de faire de meilleurs choix pour leur santé et d'adopter un mode de vie plus sain.

PC Menu bleu

Lancée en 2005, la gamme *PC Menu bleu*, qui compte plus de 400 produits, permet de faire facilement des choix plus sains. Les attributs des produits *PC Menu bleu* permettent notamment aux clients de mieux gérer leur consommation d'oméga-3, de fibres, de lipides, de sodium, de calories, de glucides et de probiotiques. En 2012, nous avons revu les emballages *PC Menu bleu* et y avons ajouté des symboles plus (+) et moins (-) afin que les clients puissent plus facilement repérer les bienfaits nutritionnels des produits.

Programmes de santé intégrés en magasin

Nous nous sommes donné pour objectif d'être la destination par excellence en matière de santé et de nutrition au Canada. Puisque nous nourrissons plus de Canadiens que tout autre détaillant en alimentation au pays, nous avons la responsabilité d'aider ces derniers à faire de meilleurs choix alimentaires et à adopter un mode de vie plus sain. À cet effet, nous avons pris les mesures suivantes.

La fraîcheur avant tout – Manger santé commence dans nos rayons de produits frais. De la poissonnerie à la boucherie en passant par la boulangerie et les fruits et légumes, nous encourageons nos clients à acheter des produits frais et nous améliorons sans cesse notre sélection.

Produits sans gluten – Nous offrons huit produits sans gluten *le Choix du Président*. La marque *le Choix du Président* a été la première marque contrôlée au Canada à répondre aux exigences du Programme de certification « sans gluten » de l'Association canadienne de la maladie cœliaque et à pouvoir afficher son logo de certification.

Gras trans (huiles hydrogénées) – Nous avons commencé à éliminer les gras trans de nos produits de marques contrôlées en 2005. Depuis, plus de 1 000 produits de marques contrôlées qui contenaient des huiles partiellement hydrogénées ont été modifiés et contiennent désormais des huiles non hydrogénées. Aujourd'hui, aucun de nos produits *PC Menu bleu* ou *PC Biologique* ne contient de gras trans et nous continuons à nous efforcer d'éliminer les gras trans du reste des produits de marques contrôlées, dans la mesure du possible.

Sans arômes ni colorants artificiels – Nous sommes sur la bonne voie quant à notre engagement à éliminer les arômes et colorants artificiels des produits de marque *le Choix du Président* d'ici la fin de 2013. À l'heure actuelle, 93 % des produits sont exempts de ces ingrédients. Loblaw est le premier détaillant en alimentation canadien à avoir fait cette promesse.

PC Biologique – *PC Biologique* est la plus importante gamme de produits biologiques vendue au Canada. En effet, elle en compte plus de 300 dans diverses catégories : produits frais, épicerie, produits laitiers, nourriture pour bébés, etc. Ces produits sont certifiés par des tiers, ce qui garantit que chacun d'eux répond aux normes canadiennes de certification biologique, qui mettent l'accent sur le développement durable et les méthodes naturelles de contrôle des mauvaises herbes, des insectes nuisibles et des maladies.

Guiding Stars – En 2012, nous avons lancé le programme Guiding Stars dans 44 magasins *Loblaws* de l'Ontario et au siège social de l'entreprise. Nous sommes le premier détaillant au pays à proposer ce programme qui attribue de zéro à trois étoiles aux produits alimentaires selon leur valeur nutritionnelle. Guiding Stars constitue pour les clients et les collègues un moyen simple et rapide de faire des choix sains.

Partenariats en santé et mieux-être et programmes de sensibilisation en magasin :

- ***Get Checked Now*** – Depuis 2011, Loblaw a collaboré avec l'Association canadienne du diabète afin de sensibiliser les gens et d'offrir des séances d'information sur le diabète aux personnes nouvellement diagnostiquées avec la maladie et désirant obtenir des renseignements et du soutien sur des sujets tels que la nutrition, les soins de la vue et la gestion de la glycémie. Parmi les séances offertes, on retrouve des visites guidées en magasin avec un diététiste et des cours de cuisine à nos Écoles culinaires *le Choix du Président*. Pour en savoir plus, veuillez visiter le www.getcheckednow.ca (en anglais seulement).
- **Programme de gestion des allergies alimentaires** – Mis au point en collaboration avec Anaphylaxie Canada, ce programme aide les parents et les personnes victimes d'allergies à mieux gérer les allergies alimentaires potentiellement mortelles.
- **Évaluations du risque de maladie cardiovasculaire** – Programme conçu en collaboration avec le Centre Becel pour la santé du cœur. Dans certains magasins, les pharmaciens de Loblaw offrent des évaluations d'une durée de 20 minutes et fournissent aux clients un sommaire personnalisé des principaux risques de maladie cardiovasculaire.
- **S.A.L.É. (Sodium : astuces, leçons et équilibre)** – Mis au point en collaboration avec Hypertension Canada, ce dépliant éducatif gratuit propose aux clients des aliments faibles en sodium et comprend les recommandations d'Hypertension Canada en matière de consommation de sodium.

« J'aime le nouveau programme [Guiding Stars]; il est très facile à utiliser et m'aide à faire mon épicerie! »

UN CLIENT DE LOBLAW, AU SUJET DU GUIDING STARS

Diététistes en magasin – En Ontario, nous comptons maintenant 22 diététistes offrant leurs services dans 44 magasins *Loblaws* et 6 magasins *Real Canadian Superstore*. Ces diététistes conseillent les clients sur la planification des menus, organisent des visites guidées en 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 font aussi équipe avec les pharmaciens en magasin et d'autres professionnels pour offrir des programmes de santé intégrés qui aident les clients à prévenir ou à contrôler certains problèmes de santé chroniques. Dans le cadre de notre commandite du Mois de la nutrition avec l'association Les diététistes du Canada, nous avons tenu la *Journée des diététistes* le 3 mars dernier. Dans le cadre de l'événement, tenu d'un bout à l'autre du pays, plus d'une centaine de diététistes se sont rendus dans nos magasins pour renseigner la clientèle sur les bienfaits d'une alimentation plus santé. En novembre, le mois du diabète au Canada, ils étaient tout autant à nous rendre visite pour informer les clients sur les choix plus sains pouvant les aider à gérer cette maladie.

Pharmacies – Loblaw compte 502 pharmacies au Canada. En plus de remplir les ordonnances, nos pharmaciens offrent des programmes d'éducation et travaillent étroitement avec nos diététistes en magasin (dans les magasins participants) pour aider les patients à réaliser leurs objectifs en matière de santé. En 2012, nous avons acheté les dossiers d'ordonnances de 106 pharmacies Zellers situées partout au pays (sauf au Québec), afin d'assurer la continuité des soins pour les patients des établissements Zellers ayant fermé leurs portes.

Cliniques médicales – Des cliniques médicales offrent des services de soins de santé à la clientèle de 125 de nos magasins.

Rayon Mode vision – Quelque 114 magasins possèdent un rayon Mode vision qui offre les services d'optométristes et d'opticiens autorisés, des examens de la vue, des lunettes avec montures de marque et des verres de contact, en plus de disposer de la plus récente technologie numérique.

Soins naturels – Les rayons de soins naturels de 340 de nos magasins au pays offrent environ 4 000 produits conçus en fonction de diverses restrictions alimentaires des Canadiens… ou simplement de leurs préférences!

GoodLife Fitness – Les magasins de Loblaw abritent 58 établissements GoodLife Fitness, ce qui rend la vie drôlement simple pour les Canadiens qui veulent s'entraîner et manger santé.

Écoles culinaires *le Choix du Président* – Loblaw compte plus de 200 écoles culinaires dans ses magasins, dont 127 qui offrent des cours et aident les clients à vivre en meilleure santé. Équipée d'une cuisine complète et d'une grande salle de cours, chaque école culinaire propose une vaste gamme de cours de cuisine destinés aux adultes et aux enfants, ainsi que des séances portant sur l'adoption d'un mode de vie plus sain. De plus, plusieurs d'entre elles proposent des cours offerts conjointement par un diététiste et un chef à l'intention des clients ayant des problèmes de santé. Les écoles culinaires offrent aussi une variété de programmes communautaires en appui aux communautés dans lesquelles nos magasins sont présents. Visitez www.ecoleculinairepc.ca pour en savoir plus.

Sodium

Le sodium est un nutriment essentiel que l'on trouve dans le sel et de nombreux aliments. Nous avons besoin de sodium pour être en santé, mais en consommer trop peut causer de l'hypertension, un important facteur de risque d'accidents vasculaires cérébraux et de maladies cardiaques.

Depuis trois ans, l'une de nos priorités consiste à réduire la quantité de sodium contenue dans nos aliments transformés de marques contrôlées. Cette mesure s'inscrit dans la foulée des recommandations de Santé Canada en matière de réduction du sodium, qui visent à ce que le sodium présent dans l'alimentation des clients soit réduit du tiers d'ici 2016. Depuis 2010, nous avons réduit de 117,6 tonnes métriques la quantité de sodium contenue dans 428 produits transformés existants de marques contrôlées. De plus, au cours de la même période, nous avons conçu 741 nouveaux produits transformés de marques contrôlées répondant à nos lignes directrices internes concernant la teneur en sodium (établies par notre équipe de chercheurs en nutrition, de diététistes et de nutritionnistes selon les recommandations du Guide alimentaire canadien et de Santé Canada).

En 2012, nous avons revu la recette de 95 produits transformés existants de marques contrôlées, réduisant ainsi leur teneur en sodium d'environ 22 %. C'est donc dire que 25,8 tonnes métriques de sodium en moins seront consommées au cours de la prochaine année. Nous avons aussi conçu 150 nouveaux produits transformés de marques contrôlées répondant à nos lignes directrices internes concernant la teneur en sodium. Ces nouveaux produits sont de marques *le Choix du Président*, *PC Menu bleu*, *Délices du marché* et *sans nom*.

Nos diététistes en magasin offrent à nos clients des visites guidées en magasin intitulées *Manger santé* et *Un cœur en santé*, et renseignent les clients sur la saine alimentation. En 2012, nous avons mené une campagne d'un mois en magasin, dans le cadre de laquelle nous avons distribué aux clients le dépliant éducatif S.A.L.É. (Sodium : astuces, leçons et équilibre) proposant des produits à teneur réduite en sodium ainsi que des recommandations sur la consommation de sodium. Ces efforts nous ont valu un Certificat d'excellence d'Hypertension Canada.

En partenariat avec des détaillants et des fournisseurs alimentaires canadiens, nous avons mis sur pied un groupe de travail ayant pour mandat de revoir les méthodes utilisées pour rendre compte des progrès réalisés quant à la réduction de la teneur en sodium des produits et d'améliorer les programmes d'éducation et de sensibilisation au sujet des choix alimentaires.

« Meghan [diététiste pour Loblaw] est charmante! Après un coup d'œil à ma liste d'aliments à surveiller, elle m'a suggéré une foule de bonnes idées et m'a montré où trouver la plupart des produits. J'ai même parlé d'elle à mes amis. »

UNE CLIENTE DE LOBLAW,
À PROPOS D'UNE DIÉTÉTISTE EN MAGASIN

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

On aide les enfants à se surpasser, tel est le nouveau slogan de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP). Que ce soit en apportant notre soutien aux enfants ayant des besoins particuliers ou en veillant à ce que les enfants puissent faire le plein d'aliments sains, la FECP fait en sorte que les enfants aient toutes les chances de réaliser leur plein potentiel.

Programmes de nutrition pour les enfants

S'ils mangent un déjeuner nutritif, les enfants ont assez d'énergie pour bien apprendre toute la journée. La FECP s'est donné pour objectif de lutter contre la faim chez les enfants en versant des dons à Déjeuner pour apprendre[MC] et aux Clubs Garçons et Filles du Canada. En 2012, la FECP a versé 2 895 000 $ pour le financement de plus de 2 900 programmes de nutrition au Canada. Elle a aussi alloué 1 125 000 $ additionnels pour l'achat de fruits, légumes et produits laitiers, ainsi que de grille-pain, cuisinières, réfrigérateurs et autres appareils dans certains établissements visés par ces programmes.

Soutien aux enfants ayant des besoins particuliers

La FECP soutient les enfants ayant des besoins particuliers en versant des dons pour favoriser l'achat d'équipement spécialisé ainsi que l'accès à des soins de thérapie. En 2012, la FECP a remis plus de 10 millions de dollars à plus de 1 900 familles avec des enfants ayant des besoins particuliers.

Visitez le nouveau site Web de la FECP pour en savoir plus.

Dons de l'entreprise

Nos efforts sur le plan communautaire, tant nos contributions financières que nos programmes, sont axés sur les priorités suivantes : la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP), des enfants actifs et en santé, nourrir les gens de notre voisinage et rendre nos villes plus vertes. En 2012, nous avons investi 5,3 millions de dollars dans de nombreuses initiatives. En voici quelques-unes :

FECP – Nous avons versé 1,8 million de dollars à la FECP pour soutenir les enfants ayant des besoins particuliers ainsi que différents programmes visant à contrer la faim chez les enfants.

WWF – Nous avons versé un million de dollars au Fonds mondial pour la nature (WWF). Grâce à une partie des profits de la vente des sacs en plastique dans nos magasins, nous avons établi un partenariat avec le WWF afin d'inciter les gens à poser des gestes favorables à l'environnement et à participer à des initiatives de conservation comme la Journée nationale de la p'tite laine, le Grand nettoyage des rivages canadiens et le Programme de subventions scolaires éco communautaires. Dans le cadre de ce programme, 600 000 $ seront versés sur trois ans à des écoles canadiennes afin d'encourager les élèves à mettre sur pied des projets environnementaux et des initiatives de développement durable.

Université de Guelph – Nous avons versé 600 000 $ à cette université dans le cadre de notre engagement de trois millions de dollars relativement à la Chaire de recherche sur la production alimentaire durable de Loblaw.

Programme de dons *Pour après l'école* – Nous avons remis 252 879 $ à 64 programmes offerts après les heures d'école afin d'aider les enfants à adopter un mode de vie sain et actif. Depuis 2010, le programme de dons *Pour après l'école* a versé plus de 756 000 $ à 210 organismes à travers le pays.

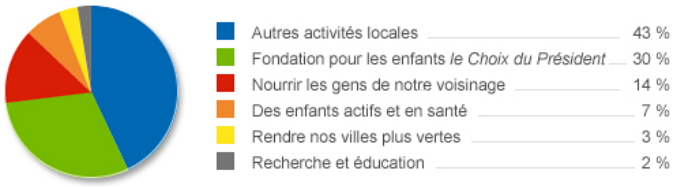
Banques alimentaires Canada – En plus de tenir deux collectes nationales de denrées alimentaires *Juste un peu plus, ça aide!*, nous avons fait un don de 200 000 $ au Système national du partage des aliments de Banques alimentaires Canada, et versé 50 000 $ pour soutenir sa mission à long terme, soit combattre la faim au Canada.

Dr David Jenkins, Recherches à l'Université de Toronto – Nous avons également fait un don de 250 000 $ pour aider à financer la recherche sur le rôle de l'alimentation dans la prévention et le traitement des maladies, notamment les maladies du cœur, le diabète et le cancer.

Conference Board du Canada – Nous avons remis 50 000 $ au Conference Board du Canada pour créer le Centre for Food in Canada, et 25 000 $ à la Canadian Alliance for Sustainable Health Care.

Arbres Canada – Nous avons versé 50 000 $ pour financer le programme sur les arbres comestibles, et ainsi permis la plantation de 1 244 arbres fruitiers ou à noix dans différentes communautés canadiennes.

Les priorités de Loblaw sur le plan communautaire



Dons communautaires

Nous avons à cœur d'être un bon voisin et de redonner aux communautés où nos magasins sont présents.

Commandites et investissements locaux

En 2012, nos magasins détenus par la société et les magasins franchisés ont versé plus de 2,2 millions de dollars à des causes et à des organismes de leur communauté. Par exemple, lorsqu'une partie du toit du centre commercial Algo s'est effondrée à Elliot Lake, en Ontario, nous avons remis 5 000 $ en cartes-cadeaux à la banque alimentaire de cette municipalité. De plus, le magasin nofrills de l'endroit a donné des cartes-cadeaux aux familles des collègues touchés par la tragédie. De la même manière, lors de la grave inondation de Thunder Bay, en Ontario, nous avons fait un don de 1 000 $ en cartes-cadeaux aux familles sinistrées, alors que le magasin *Real Canadian Superstore* de la ville a recueilli environ 1 360 kg de denrées alimentaires.

Nous avons aussi investi plus de 5,2 millions de dollars en commandites d'entreprise, notamment par l'entremise de cartes-cadeaux ou du programme *Save-a-Tape* de Zehrs, afin de soutenir les organismes sans but lucratif des communautés locales.

Collectes de fonds

Chaque semaine, plus de 14 millions de clients font leurs achats dans nos magasins partout au pays. Nous tâchons d'aider les organismes sans but lucratif de nos communautés et de permettre à nos clients de faire des dons en organisant des collectes de fonds à la caisse. Avec l'aide de nos clients, de nos collègues, de nos franchisés et de leurs employés, nous avons amassé plus de 25 millions de dollars en 2012.

De cette somme, plus de 1,8 million de dollars proviennent des dons en argent recueillis lors des collectes nationales *Juste un peu plus, ça aide!* du printemps et du temps des Fêtes, qui ont aussi permis d'amasser plus de 861 000 kg de denrées au profit des banques alimentaires d'un bout à l'autre du pays. Durant ces campagnes, nos magasins détenus par la société et les magasins franchisés sont jumelés chacun à une banque alimentaire locale. Depuis leur début en 2009, ces collectes ont permis d'amasser 5,6 millions de dollars et 2 857 000 kg de denrées. Tous les dons en denrées et 85 % des dons en argent vont directement aux banques alimentaires locales. Les 15 % restants sont versés aux banques alimentaires régionales membres de Banques alimentaires Canada de façon à soutenir divers programmes programmes provinciaux. Ces dons viennent en aide à près de 900 000 Canadiens ayant recours aux banques alimentaires chaque mois.

La campagne *Donnez un peu, aidez beaucoup* a permis d'amasser plus de 690 000 $ en 2012, pour un total de plus de 3,4 millions de dollars recueillis depuis 2008. Dans le cadre de cette campagne, lorsqu'ils passent à la caisse, les clients peuvent donner 2 $ pour soutenir un organisme sans but lucratif choisi par le magasin. À titre d'exemple, les fonds recueillis en 2012 ont notamment aidé à financer la Fondation du Centre de soins de santé IWK (Nouvelle-Écosse), le Janeway Children's Hospital Foundation (Terre-Neuve-et-Labrador), le Club des petits déjeuners (Québec), SportJeunesse, les YMCA de l'Ontario, la Fondation des maladies du cœur, l'Hospital for Sick Children, le Centre hospitalier pour enfants de l'Est de l'Ontario et le Centre hospitalier pour enfants du Centre de services de santé de London (Ontario).

Notre façon de faire des affaires

Rencontre avec Karolina Otto, diététiste pour Loblaw

Si vous faites un arrêt à un magasin *Real Canadian Superstore* de Milton ou d'Oakville, en Ontario, vous pourriez bien y apercevoir Karolina Otto animer une visite guidée de l'épicerie, conseiller des clients sur les meilleurs choix alimentaires, donner un cours de cuisine santé ou concevoir les activités d'un programme communautaire de santé et mieux-être. Diététiste, Karolina a été directrice et conseillère en nutrition et en alimentation pour des hôpitaux et des commissions scolaires à Montréal et à Toronto durant 20 ans avant de se joindre à l'équipe de Loblaw en 2011. Depuis, elle profite de chaque occasion pour échanger avec les clients et les guider dans leurs efforts visant l'adoption d'un mode de vie plus sain. Elle leur donne souvent ce conseil simple : « Préparez vos propres repas maison ». Selon Karolina, « Ceux qui ne cuisinent pas ou ne savent pas comment finissent souvent par avoir des problèmes de santé. C'est très important, et il n'est jamais trop tard pour apprendre ».

Habitat pour l'humanité

En mai 2012, Habitat pour l'humanité Toronto a procédé à la première pelletée de terre d'un projet dans l'ouest de la ville, soit la construction, sur un terrain donné par Loblaw, d'une résidence entièrement accessible avec deux chambres à coucher pour la famille Sinato. Depuis son arrivée d'Argentine en 2002, Lorena Sinato livre un combat de tous les instants pour procurer les meilleurs soins possibles à son fils Bryan, atteint de paralysie cérébrale et aveugle au sens de la loi. Les programmes comme Habitat pour l'humanité permettent à des parents comme Lorena d'accéder à la propriété et d'offrir un cadre de vie stable et sécuritaire à leur famille, et ce, à un prix à la portée de leurs moyens financiers.

En faisant un petit effort de plus

En juin 2012, malgré les conditions routières terribles, nos équipes du transport et de la distribution ont veillé à ce que la marchandise soit livrée à Whitehorse, au Yukon. Des pluies torrentielles et des glissements de terrain avaient emporté l'extrémité nord de la route de l'Alaska, coupant l'accès aux routes et aux autoroutes locales. Après quelques jours, les étagères de nos magasins *Extra Foods* de Yellowknife et *Real Canadian Superstore* de Whitehorse étaient complètement dégarnies.

Nos collègues des magasins et des centres de distribution d'Edmonton et de Freeport (à Calgary) ont rapidement réagi et coordonné la livraison de huit chargements de produits périssables, de produits alimentaires secs et de fournitures à l'aide d'un avion Hercules. Les collègues étaient sur le pied de guerre pour préparer les commandes des magasins. L'équipe de transport de l'Ouest a pris le relais et collaboré avec les transporteurs sortants pour acheminer les chargements vers Watson Lake, une ville en bordure de la zone sinistrée, d'où les produits étaient livrés par avion à Whitehorse.

Conseils d'experts

Nos produits *PC Menu bleu* doivent constituer des choix plus sains contenant par exemple moins de gras, moins de calories ou plus de fibres. C'est le mandat de notre équipe de chercheurs, de diététistes, de nutritionnistes et de concepteurs de produits. Le Dr David Jenkins, notre principal conseiller en nutrition, est professeur et dirige la Chaire de recherche du Canada sur la nutrition et le métabolisme aux départements de sciences de la nutrition et de médecine de l'Université de Toronto; il dirige aussi le Centre de nutrition clinique et de modification des facteurs de risque de l'Hôpital St. Michael. Il est reconnu mondialement pour ses recherches sur l'alimentation comme solution pour prévenir et traiter les maladies chroniques, notamment les maladies du cœur, le cancer et le diabète. Ses recherches portent principalement sur l'indice glycémique des aliments et comment l'adoption d'un régime alimentaire à faible indice glycémique peut aider à traiter le diabète. Le Dr Jenkins étudie aussi les propriétés nutritionnelles des aliments connus pour leur action cholestérolytique (soya, fibres visqueuses, avoine, orge, stérols végétaux et noix); ses travaux démontrent qu'une bonne alimentation peut réduire le cholestérol aussi bien que des hypocholestérolémiants de première génération.

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, par les gens que nous embauchons et dans notre culture de travail.

45 % des postes de direction sont occupés par des femmes

Cinq membres de la haute direction ont été honorées par le groupe Women of Influence

L'entreprise a été sélectionnée parmi les meilleurs employeurs pour les nouveaux arrivants au Canada et parmi les meilleurs employeurs pour la diversité au Canada

Nous offrons maintenant 101 produits de marque *T&T*

Nous avons lancé *Sufra*, notre nouvelle gamme de produits halal de marque contrôlée

REFLÉTER LES DIVERSITÉS CULTURELLES DE NOTRE PAYS

Offrir des produits provenant des quatre coins du monde

Nous étendons sans cesse notre gamme de produits novateurs et uniques afin de refléter l'évolution de la mosaïque culturelle canadienne. Nous voulons offrir à notre clientèle la meilleure sélection de produits qui soit en réunissant les saveurs, la qualité et les traditions des quatre coins du monde.

En 2012, notre équipe de mise en marché de produits internationaux a élargi la distribution des produits asiatiques, est-asiatiques et des Caraïbes à davantage de magasins à l'échelle du pays. Elle a aussi collaboré étroitement avec certains magasins de la région du Grand Toronto afin d'y étoffer l'offre de fruits et légumes ethniques et y ajouter des produits comme les légumes verts asiatiques, l'okra, les mangues épicées, les ignames jaunes, les fruits de l'arbre à pain, les prunes de cythère et les citrouilles jamaïcaines en tranches.

À l'heure actuelle, nous offrons 101 produits de marque contrôlée *T&T* dans tous les magasins *T&T Supermarket*. Au début de 2013, nous lancerons 33 produits *T&T* dans certaines autres bannières de Loblaw au pays. Notre vaste éventail de produits asiatiques authentiques, notamment de marque *T&T*, inclut tant des produits alimentaires secs que des produits surgelés, allant de la sauce barbecue coréenne aux boissons à l'aloès en passant par les gâteaux à l'ananas et les mochis, edamames et dumplings surgelés. Nous comptons lancer ces produits de marque contrôlée *T&T* dans nos autres magasins en 2013.

De plus, nous avons lancé notre nouvelle gamme de produits de marque contrôlée de type halal du nom de *Sufra*, qui comprend des produits de poulet surgelés et transformés. Nous avons aussi élargi l'assortiment de deux autres de nos marques contrôlées, soit la marque de produits asiatiques *Rooster Brand*, qui compte 35 produits, et la marque de produits est-asiatiques *Suraj*, qui en compte 89.

Nous avons aussi amélioré la formation offerte en magasin grâce à un nouveau guide d'information en ligne, qui fournit aux collègues des renseignements sur les fêtes des différentes communautés culturelles et des façons de mettre en valeur les catégories et produits qui leur sont associés. Ce guide les aide à mieux répondre aux besoins et aux attentes de la clientèle issue des communautés multiculturelles, toujours dans le but d'offrir à tous une expérience de magasinage inégalée.

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'origines, de capacités, d'orientation, de compétences et d'âges divers. Voici certaines des initiatives mises en œuvre en 2012 :

- Kathy Martin, vice-présidente principale aux Ressources humaines de Loblaw, a participé à un panel du gouvernement fédéral dont le mandat consistait à définir les meilleures pratiques de même que les obstacles auxquels font face les employeurs en matière d'embauche de personnes handicapées. Le panel a rencontré plus de 200 employeurs canadiens et les résultats de leurs recherches ont démontré qu'il fallait éduquer et sensibiliser davantage les employeurs, ainsi qu'améliorer les programmes de soutien du gouvernement et des organismes communautaires. Ce travail se poursuivra en 2013, l'objectif global étant d'inciter les employeurs canadiens à recruter plus de personnes handicapées.
- À la suite d'une idée qui a vu le jour dans nos magasins *Real Canadian Superstore* de l'Ouest canadien, nous avons piloté dans cette région le programme « I speak » (Je prends la parole) dans le cadre duquel la langue maternelle de chaque collègue est indiquée sur son insigne, de sorte que les clients puissent être servis dans la langue de leur choix. Ce programme ayant connu un franc succès, nous l'avons étendu à certains magasins *Real Canadian Superstore* et *Loblaws* en Ontario. À présent, 183 magasins y participent.
- Nous avons élargi nos partenariats avec les organismes qui, comme Avantage Carrière, aident les personnes de certains groupes démographiques à se trouver un emploi pour intégrer le marché du travail, souvent au moyen de stages rémunérés.
- L'initiative Femmes@Loblaw prend toujours plus d'ampleur, 120 femmes et hommes ayant participé au colloque annuel. Lors de la dernière édition, les participants ont pris part à une séance de remue-méninges pour trouver de nouvelles façons d'améliorer l'entreprise.

Des femmes aux postes de direction

Nous nous efforçons depuis plusieurs années d'augmenter le nombre de femmes à nos postes de direction. À l'heure actuelle, 45 % de nos postes de direction sont occupés par des femmes. Voici l'histoire de quelques-unes d'entre elles.

Laura Beechey

Directrice de magasin, *Zehrs* nº 579, Ontario

L'année dernière, je célébrais mes 25 ans de service chez Loblaw. J'ai commencé ma carrière comme employée à temps partiel au magasin *nofrills* de Brantford, en Ontario. J'ai par la suite travaillé dans différents rayons, occupant les postes de caissière, commis au bureau d'encaisse, membre de l'équipe de nuit de l'Épicerie et gérante de rayon.

J'ai eu la chance d'être épaulée par plusieurs mentors de l'entreprise qui ont reconnu mon potentiel et consacré du temps à ma formation. Je crois fermement que c'est en prenant le temps d'encadrer et de conseiller nos collègues que nous ferons grandir notre entreprise.

Dans le cadre de mes fonctions, je suis responsable de tout ce qui se trouve entre les quatre murs du magasin. Jour après jour, je fais tout ce que je peux pour offrir la forme de soutien la plus solide qui soit à mon équipe de collègues, car un collègue heureux est un collègue motivé à se dépasser et à donner le meilleur de lui-même au quotidien.

Une de mes plus grandes réalisations chez Loblaw a été de devenir membre du Conseil d'inclusion. En tant que championne de la diversité, je tiens réellement à voir plus de femmes occuper des postes de direction. J'ai d'ailleurs participé à des séances de travail avec d'autres directrices et directrices adjointes de magasin pour échanger des idées et discuter des défis et des possibilités d'amélioration. La prochaine étape sera d'organiser, en 2013, la toute première « Journée des femmes de Zehrs » et de communiquer les résultats de ces séances à la haute direction de Loblaw.

Cathy Muzzolini

Directrice de district, magasins *Real Canadian Superstore*, Colombie-Britannique

J'ai fait mes premières armes chez Loblaw en tant que caissière à temps partiel pendant mes études collégiales. Je travaillais avec une équipe formidable et j'adorais interagir avec les clients. On m'a ensuite offert un poste de gérante de rayon, et j'ai rapidement été promue au rang de directrice adjointe (j'avais alors 21 ans). C'est ainsi que j'ai pris les rênes de mon tout premier magasin, à Coquitlam, pour éventuellement devenir directrice de district. Je supervise aujourd'hui six magasins *Real Canadian Superstore*.

Au fil de mes 22 ans de carrière chez Loblaw, j'ai eu l'occasion de transmettre mes connaissances et mon expérience aux membres de mon équipe afin de les motiver à s'améliorer jour après jour. Il est primordial de miser sur nos collègues, de les soutenir tout au long de leur cheminement et de leur fournir les outils dont ils ont besoin pour développer leurs compétences et leurs talents. À ce chapitre, Loblaw offre dans ses magasins de nombreux programmes et des incitatifs qui favorisent l'engagement et l'autonomie des collègues.

Je suis très fière de la relation solide fondée sur le respect et la compréhension que j'entretiens avec mon équipe. Les directeurs sont au cœur et à l'avant-plan des activités de l'entreprise au quotidien; c'est pourquoi il est important de reconnaître leurs idées et opinions, et de souligner leurs réussites.

Monique Simard

Directrice de district, *Maxi* et *Maxi & Cie*, Québec

J'ai commencé ma carrière chez Loblaw comme directrice de magasin à Jonquière, au Québec, il y a de cela 17 ans. J'ai ensuite été promue au poste de directrice de district, et je supervise actuellement 14 magasins *Maxi* et *Maxi & Cie* dans les régions du Saguenay-Lac-Saint-Jean, de la Côte-Nord, de Chibougamau et de Québec.

Je suis une personne passionnée, et je m'efforce de transmettre chaque jour cette passion à mon équipe. Je me suis donné pour mission de promouvoir nos produits régionaux et de veiller à ce que les collègues connaissent nos fournisseurs et les besoins de nos clients, et à ce qu'ils fassent preuve de créativité dans la mise en marché des produits locaux dans nos magasins. Je prône la communication ouverte et le mentorat, car je souhaite inspirer mon équipe et l'aider à réaliser son plein potentiel pour en faire la prochaine génération de leaders.

Loblaw m'a toujours appuyée et m'a donné la confiance dont j'avais besoin pour bien faire mon travail. Je suis très fière de travailler pour une entreprise novatrice en perpétuel développement, qui continue jour après jour à prendre les mesures nécessaires pour demeurer la meilleure dans son secteur d'activités. C'est ce qui nous pousse à être fidèles à nos valeurs et à nous dépasser quotidiennement. Mais surtout, le fait que mes supérieurs me fassent confiance et qu'ils apprécient mon travail est extrêmement motivant.

Crystal Trider

Directrice générale, centre de distribution de Lakeside, Nouvelle-Écosse

J'ai commencé à travailler chez Loblaw il y a cinq ans comme directrice générale des activités de distribution à Halifax, en Nouvelle-Écosse. Mon équipe est responsable de la distribution des produits alimentaires secs dans tous les magasins de Loblaw de la région de l'Atlantique. Nous n'interagissons peut-être pas directement avec les clients, mais nous faisons tout de même partie intégrante de l'entreprise : nous devons approvisionner les magasins à temps pour répondre aux besoins de notre clientèle.

Je trouve formidable de travailler pour une entreprise qui se soucie de ses employés et qui leur offre les outils dont ils ont besoin pour être engagés et rester informés. Les rencontres quotidiennes du matin en sont un exemple. Elles permettent aux membres de l'équipe de se réunir pour échanger des anecdotes au sujet de l'entreprise, entendre les dernières annonces, connaître les renseignements importants sur les produits en vedette dans la circulaire et le journal *Trouvailles*, découvrir les programmes à venir, etc. Ces outils sont fondamentaux dans le cadre de nos activités, car ils offrent à mon équipe une vision globale de nos activités, lui permettant ainsi de mieux comprendre son rôle et son influence sur le reste de l'entreprise.

Je suis également fière du travail accompli dans les centres de distribution pour redonner à la communauté. Nous soutenons diverses initiatives environnementales par l'intermédiaire de nos programmes de gestion communautaire comme le Grand nettoyage des rivages canadiens. Nous amassons également des fonds pour divers organismes sans but lucratif locaux, notamment la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*. Tout comme nos magasins, nos centres de distribution contribuent activement et ardemment à faire une différence positive dans nos communautés.

Notre façon de faire des affaires

Nos champions de la diversité en action

Nos champions de la diversité ont orchestré plusieurs initiatives pour nous aider à atteindre notre objectif : offrir un milieu de travail toujours plus inclusif reflétant les diversités culturelles de notre pays. Ils ont notamment animé des groupes de discussion avec nos directrices de magasin pour mieux cerner les obstacles auxquels font face les femmes dans l'industrie du détail. Ils ont aussi mené un sondage auprès des collègues portant sur la communauté gaie, lesbienne, bisexuelle et transgenre et, dans les provinces atlantiques, ont travaillé avec un organisme communautaire en vue d'améliorer les conditions de travail et l'accès à l'emploi pour les personnes handicapées.

FIERTÉ AU TRAVAIL CANADA
FIÈRE PARTENAIRE

Fierté au travail Canada

Loblaw est le premier détaillant en alimentation du Canada à s'associer à Fierté au travail Canada, un organisme sans but lucratif ayant pour mandat de favoriser l'inclusion des collègues lesbiennes, gais, bisexuels et transgenres (LGBT) en milieu de travail. Notre association avec Fierté au travail Canada nous permettra de favoriser encore plus efficacement un environnement positif pour nos collègues de la communauté LGBT. Elle nous permet également de participer à divers séminaires et à des événements de réseautage. Pour en savoir plus, veuillez visiter le http://prideatwork.ca.

Women of influence (Femmes d'influence)

Nous avons été ravis d'apprendre que le groupe militant Women of Influence a reconnu cinq femmes de notre haute direction : Sarah Davis, chef de la direction financière, Judy McCrie, vice-présidente exécutive, Ressources humaines et relations de travail, Kathy Martin, vice-présidente principale, Ressources humaines, Jocyanne Bourdeau, vice-présidente exécutive, *Maxi* et *Maxi & Cie*, ainsi que Nan Oldroyd, vice-présidente, Ressources humaines, division Conventionnelle comptent parmi les championnes de la diversité 2012 de Women of Influence.

Toutes ont fait preuve d'excellence de par le mentorat qu'elles ont prodigué à d'autres femmes faisant carrière dans le milieu des affaires. Elles ont aussi été saluées pour les programmes novateurs qu'elles ont mis en place, programmes qui favorisent la diversité en milieu de travail et font progresser la réflexion sur le leadership et l'inclusion.

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 leur engagement, 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.

L'entreprise s'est classée parmi les 100 meilleurs employeurs au Canada

L'entreprise s'est classée parmi les meilleurs employeurs pour les jeunes Canadiens

L'entreprise est lauréate du prix Défi Employeurs Inspirants, qui récompense les employeurs les plus stimulants du Québec

Ces cinq dernières années, nous avons réduit de 52 % le nombre d'accidents de travail

Nos collègues

Susciter l'engagement des collègues

En 2012, nous avons revu nos valeurs après avoir consulté plus de 2 000 collègues à l'échelle nationale à propos de qui nous sommes, de ce qui importe pour nous et de ce qui définit le caractère unique de Loblaw. À la suite de cet exercice, voici en quoi consistent nos valeurs communes :

Le CLIENT d'abord
RESPECTER les autres
S'AMÉLIORER jour après jour
Avoir la COMMUNAUTÉ et l'environnement à cœur

Dans le but de passer de la parole aux actes et de donner vie à nos valeurs communes, les membres de la haute direction de Loblaw ont rencontré les collègues pour discuter de ce que ces valeurs représentent pour chacun d'entre eux, pour chaque équipe et pour l'entreprise dans son ensemble. Nos valeurs communes ont d'ailleurs été le thème de la semaine annuelle *Un milieu de travail formidable*, qui met en lumière les raisons qui font de Loblaw un employeur formidable. Parmi les activités tenues dans le cadre de cette semaine, notons le concours *Champions des valeurs*, où les collègues ont été invités à décerner des cartes en forme de feuilles d'arbre à ceux qui, parmi leurs pairs, mettaient le mieux en pratique l'une de ces quatre valeurs. À la fin de la semaine, des effigies en forme d'arbre sont apparues partout chez Loblaw, témoignage des nombreuses et merveilleuses façons dont nos collègues incarnent nos valeurs au quotidien.

Nos collègues en action

La Journée nationale de la p'tite laine

La Journée nationale de la p'tite laine a été pour nous l'occasion de montrer notre soutien à la lutte contre les changements climatiques en abaissant de 3 °C la température dans tous nos établissements au Canada. Plus de 52 000 collègues et franchisés de Loblaw de 666 magasins, 16 centres de distribution et 10 centres de services aux magasins y ont mis du leur en portant un chandail chaud. La Journée est une initiative de conservation organisée par WWF pour sensibiliser la population aux changements climatiques et leur faire découvrir des façons d'économiser l'énergie.

Le Grand nettoyage des rivages canadiens

Le Grand nettoyage des rivages canadiens, présenté par Les Compagnies Loblaw limitée en partenariat avec WWF et l'Aquarium de Vancouver, est une initiative de conservation d'une durée d'une semaine visant à encourager les Canadiens à garder nos cours d'eau sains pour la faune et les collectivités qui dépendent d'elles. En 2012, plus d'un millier de collègues et franchisés de Loblaw de 46 magasins, 12 centres de distribution et 8 centres de services aux magasins ont montré leur soutien en nettoyant 87,1 kilomètres de berges.

Collecte de fonds pour la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

Dans le cadre de la campagne de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECP) à l'intention des collègues, d'une durée de deux semaines, quatre membres de la haute direction de Loblaw ainsi que notre président ont été mis au défi de passer une journée en fauteuil roulant pour recueillir des fonds. Le but était au départ que chacun amasse 1 000 $ en deux semaines. Le 17 septembre, nos quatre vice-présidents exécutifs et notre président ont donc passé toute la journée en fauteuil roulant et ont relevé le défi avec brio en récoltant 190 000 $.

Covoiturage

Le service de covoiturage à notre siège social de Brampton a connu un franc succès auprès de nos collègues. Il a été mis sur pied en collaboration avec *Smart Commute Brampton-Caledon* (SCBC). Il s'agit d'un partenariat public-privé qui vise à faciliter les déplacements des travailleurs. Smart Commute nous a aidés à évaluer les besoins de nos collègues et à établir un plan comprenant la mise en œuvre d'un système de stationnement privilégié pour les personnes participant au covoiturage, un outil en ligne permettant aux collègues de s'inscrire et de trouver des partenaires privilégié pour les personnes participant au covoiturage, de même que l'élaboration de campagnes de marketing pour susciter l'intérêt envers le programme. Ce programme présente de nombreux avantages, notamment la réduction de notre empreinte environnementale et les économies qu'il fait faire à nos collègues. En 2012, 630 collègues de Loblaw se sont inscrits sur le site Web de covoiturage Loblaw Carpool Zone (soit 22 % de plus que l'année précédente), et on comptait 122 unités de covoiturage actives. Bilan : 56 229 trajets en moins par des véhicules à occupant unique, 3 935 239 kilomètres parcourus en moins et enfin, 854 458,46 tonnes d'émissions de gaz à effet de serre en moins, sans compter que l'initiative a permis aux collègues d'économiser 2 539 583 $ en frais de transport.

Formation et développement

Nous croyons que l'apprentissage continu est important pour tous nos collègues, car c'est une source de stimulation qui améliore leur motivation et leur satisfaction au travail.

Formation accélérée des membres de la direction

Nous avons regroupé toutes nos initiatives de formation des membres de la direction sous le programme *Meilleur leadership* en 2012. Près de 126 collègues occupant un poste de gestion ont ainsi participé au programme pilote *Prêt à gérer*, qui consiste en une simulation de quatre heures invitant les participants à se mettre dans la peau d'un gestionnaire le temps d'une journée ponctuée de défis. À la fin de l'exercice, ils reçoivent un rapport évaluant leur performance par rapport à différents critères, comme la collaboration, la communication, le rendement et les comportements attendus d'un gestionnaire ainsi que leur capacité de répondre aux besoins des clients. Des actions à prendre sont intégrées à leur plan individuel de développement professionnel.

Avantage fraîcheur : Ce programme novateur, qui s'adresse aux directeurs et aux directeurs adjoints de magasin, est conçu pour leur donner une connaissance inégalée des produits de tous nos rayons de produits frais. Pendant huit semaines, les participants travaillent tour à tour dans les rayons des fruits et légumes, de la boulangerie, des viandes, de la poissonnerie, de la fromagerie et de la charcuterie afin d'apprendre comment manipuler, couper et marchandiser les produits et comment accroître les ventes grâce à un service à la clientèle irréprochable. Du temps est également prévu pour des cours donnés par les écoles culinaires *le Choix du Président* et, histoire de mieux comprendre la chaîne d'approvisionnement, pour la visite d'usines et de fermes qui approvisionnent nos magasins. Une fois le programme complété, les participants partagent leurs connaissances et leurs apprentissages importants avec les collègues en magasin, et ce, dans tous les rayons de produits frais. Quarante-neuf directeurs et directeurs adjoints ont participé au programme en 2012.

Formation et développement

En 2012, nous avons formé 15 123 collègues dans nos 16 centres d'apprentissage, qui sont en fait des établissements entièrement équipés, annexés à un magasin. De plus, nos collègues ont suivi 50 135 cours du Centre d'apprentissage virtuel de Loblaw et 11 289 cours donnés par le personnel de notre service de formation et de développement. La plupart des cours en ligne portaient sur SAP et s'adressaient aux collègues touchés par l'implantation de notre nouveau système de gestion de la chaîne d'approvisionnement. La formation liée à nos activités de base est aussi demeurée prioritaire, que l'on pense à la salubrité des aliments, aux premiers soins et aux appareils électriques, afin que nos produits soient sans danger et que nos collègues aient les qualifications requises pour travailler de façon sécuritaire en suivant des procédures adéquates.

En 2011, nous avons ajouté des Plans de développement individuel (PDI) aux évaluations annuelles du rendement des collègues. Les PDI comprennent de la formation proprement dite, de l'apprentissage par l'action et du coaching pour aider les collègues à préparer et atteindre la prochaine étape de leur cheminement de carrière. En 2012, 99 % des directeurs de magasins détenus par la société et 98 % des collègues occupant des postes de direction dans les centres de services aux magasins ont rempli un tel plan.

Santé et sécurité

En ce qui concerne notre objectif zéro accident, nous nous étions donné pour objectif de réduire de 10 % par année le nombre d'accidents de travail. Nous avons réduit ce total de 52 % depuis 2007, année où nous avons commencé à normaliser nos procédures opérationnelles et à resserrer les exigences liées au rapport des accidents. En 2012, nous avons réduit de 2,3 % le nombre d'accidents au Canada, ce qui est en deçà de notre objectif annuel. Nous avons toutefois diminué de façon notable le nombre d'accidents avec blessé dans nos centres de distribution, ce dernier ayant fléchi de 13,3 % par rapport à 2011.

Nous avons revu notre programme de premiers soins et rappelé aux collègues que chaque établissement dispose de plusieurs intervenants prêts à porter aide et secours en cas d'accident. Les techniques de premiers soins ont été à l'ordre du jour de rencontres quotidiennes, les intervenants y ont été présentés et des fiches aide-mémoire distribuées aux collègues pour qu'ils sachent quoi faire si un collègue se blesse. Pour simplifier le processus, tous les outils de signalement des blessures sont maintenant disponibles en ligne.

Enfin, nous avons mis sur pied, à l'intention des comités mixtes de santé et sécurité de chaque établissement, un programme de formation à l'échelle nationale qui sera lancé en 2013. Ce programme porte sur des sujets comme les rôles et responsabilités des membres du comité, le repérage des dangers, l'inspection du lieu de travail et les procédures d'enquête et d'analyse en cas d'accident.

Notre façon de faire des affaires

Quand nos collègues mettent la main à la pâte

Ce fut un grand jour pour les collègues de Loblaw et les résidents de Chatham-Kent, en Ontario : ils ont établi un nouveau record *Guinness* en préparant 1 053 hamburgers en une heure. Les résidents de la ville, qui ont voté en ligne, ont permis à Chatham-Kent d'être nommée grande gagnante de l'édition 2012 du Méga party barbecue *Ça grille en ville avec le Choix du Président*. Outre le défi des hamburgers, ce barbecue gratuit a réuni plus de 8 700 résidents et a permis à la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* de verser un don de 25 000 $ au programme de nutrition des élèves de la ville.

Le *Défi bien-être de 60 jours*

Notre *Défi bien-être de 60 jours* vise à aider nos collègues à vivre plus sainement. En 2012, nous avons lancé le *Défi* aux collègues de tous les centres de services aux magasins, centres de distribution et magasins *Loblaws*. Les inscriptions ont explosé : de 854 en 2011, elles sont passées à 2 303 en 2012. Par équipes de deux à dix personnes, les participants devaient consigner en ligne leur perte de poids hebdomadaire et les minutes consacrées à l'activité physique pour demeurer dans la course. En tout, 354 équipes ont cumulé plus de 3,3 millions de minutes pour perdre un grand total de 2 441 kg durant les 60 jours du *Défi*.

Objectifs et réalisations

Respecter l'environnement

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
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 %; Québec, 62 %; Ontario, 72 %; Ouest, 53 %).	Nous avons évité l'enfouissement des matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société dans les proportions suivantes : Atlantique, 66 %; Québec, 60 %; Ontario, 74 %; Ouest, 54 %.	
Éviter l'enfouissement d'une moyenne de 80 % des matières résiduelles générées par tous les centres de distribution.	Nous avons évité l'enfouissement de 81 % des matières résiduelles produites par les centres de distribution à l'échelle nationale.	
Éviter l'enfouissement d'une moyenne de 80 % des matières résiduelles générées par les centres de services aux magasins.	Nous avons évité l'enfouissement de 76 % des matières résiduelles produites par les centres de services aux magasins à l'échelle nationale.	
Étendre le programme de valorisation des résidus organiques dans deux centres de distribution supplémentaires.	Nous avons étendu le programme de réacheminement des matières résiduelles organiques à huit centres de distribution.	
Augmenter l'utilisation de contenants en plastique réutilisables (CPR) pour l'expédition des fruits et légumes à 19 millions de caisses.	Nous avons augmenté l'utilisation de contenants en plastique réutilisables (CPR) à 14,8 millions de caisses. Nous n'avons pas atteint notre objectif. Cependant, nous avons quadruplé la quantité de CPR que nous utilisons depuis 2011.	
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.	Nous avons évité l'enfouissement d'environ 514 800 kg de pots et plateaux multicellules en plastique en 2012, portant le total à 2 374 500 kg depuis le lancement de notre 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.	Ce programme a été déployé pour tous nos collègues et franchisés au Canada, ce qui nous évite d'avoir à poster environ 1 395 000 relevés en papier par année.	
GASPILLAGE ALIMENTAIRE		
Procéder à un contrôle et à une caractérisation des matières résiduelles alimentaires périssables dans nos magasins et nos centres de distribution détenus par la société.	Nous avons travaillé avec diverses associations de l'industrie au Canada et aux États-Unis pour mettre de l'avant des initiatives visant à réduire la quantité de matières résiduelles alimentaires provenant de notre chaîne d'approvisionnement et nos magasins détenus par la société. Nous établirons des objectifs en 2013.	
Mettre en place un programme pilote de réacheminement des produits alimentaires périssables en partenariat avec des programmes de récupération alimentaire locaux.	Nous avons mis en place un programme dans le cadre duquel certains magasins détenus par la société de la région du Grand Toronto sont associés à Second Harvest afin de lui remettre des produits frais périssables.	
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 en matière de production alimentaire durable et développer davantage de connaissances à leur sujet.	La chaire s'intéresse à la production alimentaire durable au Canada. Ses recherches visent notamment la réduction des matières résiduelles alimentaires, de la consommation énergétique et des émissions de gaz à effet de serre dans le secteur agricole.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
RÉDUCTION DES EMBALLAGES		
Continuer de progresser quant à l'atteinte de notre objectif de réduire de 50 % l'utilisation d'emballages non recyclables pour nos produits de marques contrôlées (soit l'équivalent de 5 000 produits) d'ici la fin de 2013.	Depuis l'établissement de cet objectif en 2009, nous avons réduit l'utilisation de matériaux non recyclables dans les emballages de 511 produits de marques contrôlées.	
Continuer de progresser quant à l'atteinte de notre objectif de réduire de 5 % l'emballage des produits de marques contrôlées (soit l'équivalent de 11,8 millions de kg) d'ici la fin de 2015.	Nous avons réduit de plus de 104 000 kg la quantité d'emballages de 98 produits de marques contrôlées en 2012. Depuis l'établissement de cet objectif en 2009, nous avons réduit de 4 056 022 kg les emballages de 205 produits de marques contrôlées.	
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.	En 2011, nous avons créé un précédent d'importance en travaillant auprès de membres de l'industrie de la production et de la distribution alimentaire au détail afin de favoriser l'adoption des emballages double coque en polyéthylène téréphtalate (PET) pour les produits vendus dans nos magasins. Cette année, nous avons mené des tests exclusifs avec la municipalité régionale de York sur des sacs d'épicerie compostables vendus à la caisse.	
Établir les niveaux de contenu recyclé post-consommation par type de matériau pour tous les emballages de produits de marques contrôlées.	Nous avons mené des études de faisabilité pour chacun des principaux types de matériau. Toutefois, aucun objectif n'a été fixé comme tel, faute de disponibilité des contenus recyclés post-consommation approuvés. Nous avons par ailleurs intégré à notre arbre décisionnel sur l'emballage durable la prise en considération de matériaux post-consommation afin d'en favoriser une utilisation accrue.	
Prôner la mise en place d'une stratégie nationale de responsabilité élargie des producteurs.	Nous avons contribué à l'établissement de la stratégie nationale de collaboration entre les épiciers et les fabricants en partenariat avec les détaillants et fournisseurs de produits alimentaires du Canada. La Canadian Steward Service Agency, en tant que sous-comité, est chargée de gérer les tarifs des régimes de compensation pour la récupération des contenants, des emballages et du matériel imprimé et de mettre en place une stratégie nationale de responsabilité élargie des producteurs au Canada.	
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE		
Réduire la consommation d'énergie totale de 3 % par pied carré dans les magasins détenus par la société existants.	Nous avons réduit notre consommation d'énergie totale de 3,1 % par pied carré.	
Achever la modernisation de l'éclairage dans 80 magasins détenus par la société.	Nous avons achevé la modernisation de l'éclairage dans 127 magasins détenus par la société.	
Mettre en œuvre des projets de panneaux solaires dans 10 magasins détenus par la société en Ontario.	À l'heure actuelle, nous avons quatre projets de panneaux solaires en fonction, et 12 projets sont en construction.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
Effectuer une étude de cas quant à l'utilisation de nouveaux systèmes de réfrigération alternatifs afin de diminuer l'utilisation de gaz réfrigérants synthétiques dans les magasins détenus par la société.	Un plan a été élaboré afin d'installer un système de réfrigération par cycle trans-critique fonctionnant au CO_2 dans un nouveau magasin détenu par la société en 2013.	
Achever la modernisation de l'éclairage dans trois centres de distribution à l'échelle du pays.	Nous avons achevé de moderniser l'éclairage dans six centres de distribution	
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION DE CARBURANT ET EFFICACITÉ DE LA FLOTTE Ajouter quatre remorques réfrigérées ne fonctionnant pas au diesel à notre flotte.	Activités non réalisées en 2012. Les essais commenceront en 2013.	
Ajouter des équipements ne fonctionnant pas au diesel dans nos camions pour réduire le temps de marche au ralenti.	Tous les camions avec cabine à couchette achetés en 2012 sont munis de groupes auxiliaires de puissance ne fonctionnant pas au diesel afin de réduire le temps de marche au ralenti.	
Augmenter le nombre de livraisons par transport ferroviaire de 20 %.	Nous avons expédié 22 907 chargements par rail. Nous avons raté notre objectif en raison de la grève des employés du CP au premier trimestre de l'année. La réduction de l'empreinte carbone de notre flotte étant prioritaire, nous allons continuer de maximiser le transport par rail des produits vers nos centres de distribution.	
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 2010 de l'EPA des États-Unis sur les émissions.	Nous sommes en bonne voie d'atteindre cet objectif. Nous avons remplacé 59 % de notre flotte par de nouveaux camions plus efficients.	
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.	Nous avons accompli d'importants progrès dans la réduction de l'empreinte carbone de notre flotte; nous avons par exemple : • doublé le nombre de nos trains routiers en Ontario et au Québec, portant le total à quatre véhicules; • augmenté la cargaison par livraison, ayant réussi à expédier 19,8 millions de caisses de plus en effectuant 12 476 voyages en moins; • équipé 10 remorques d'un système avec plate-forme additionnelle pour augmenter la cargaison par livraison; • fait passer le nombre de retours à charge de 163 379 voyages en 2011 à 189 409 voyages en 2012; • réduit le temps de marche au ralenti, qui s'établit maintenant à 7,9 %, soit une amélioration de 12 % par rapport à 2011.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

Objectifs et réalisations

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
APPROVISIONNEMENT LOCAL – PRODUITS FRAIS		
Mettre en œuvre la stratégie d'achat « D'abord au Canada » partout à l'échelle de l'entreprise.	Nos équipes dans la catégorie des produits frais adhèrent à notre stratégie d'achat « D'abord au Canada » et collaborent avec nos producteurs agricoles et nos fournisseurs pour s'approvisionner en produits frais locaux et régionaux.	
Faire en sorte que 30 % des fruits et légumes offerts dans les magasins de Loblaw proviennent de producteurs canadiens.	Au total, 31 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins provenaient 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.	Jusqu'à 40 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins au plus fort de la saison de croissance (août et septembre) provenaient de producteurs canadiens.	
Nous approvisionner en bœuf et en porc uniquement auprès de producteurs canadiens d'ici la fin de 2012 (à l'exception des produits offerts en promotion et de certains magasins à escompte).	Tout notre porc frais offert en magasin provenait du Canada, à l'exception des produits offerts en promotion ou vendus dans certains magasins à escompte. Nous avons aussi étendu notre programme Ontario Corn Fed Beef au sein de la province, passant de 150 magasins en 2011 à 241 en 2012. Plus de 500 producteurs de l'Ontario nous approvisionnent en bœuf nourri au maïs dans le cadre de ce programme.	
Renforcer les relations avec les fournisseurs et les producteurs locaux à l'échelle du pays.	Nous avons poursuivi notre collaboration avec les fournisseurs et les producteurs locaux pour élargir notre assortiment de produits locaux. Nous avons tenu des rencontres annuelles dans chaque région, visité des fermes et émis des commentaires pour soutenir ces fournisseurs afin qu'ils soient en mesure de continuer à nous approvisionner des années durant.	
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.	Loblaw fait partie du CNSAE. Nous travaillons activement avec ses membres pour réévaluer les codes de pratiques régissant les éleveurs, notre objectif étant l'entrée en vigueur de nouveaux codes au Canada. Nous collaborons aussi avec le Conseil canadien du commerce de détail, les entreprises de services alimentaires et les principaux fournisseurs pour trouver des solutions aux problèmes relatifs au type des cages destinées à l'élevage des poules pondeuses et des porcs.	
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.	Nous continuons de travailler à l'atteinte de cet objectif. Nous collaborons avec les fournisseurs, les associations de l'industrie et des experts pour favoriser la protection des animaux et les pratiques exemplaires, surtout en ce qui concerne l'amélioration des cages pour les truies.	
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.	Nous poursuivons le dialogue avec les fournisseurs et les associations de l'industrie sur la modernisation des poulaillers (notamment sur l'amélioration des cages et l'élevage en liberté).	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
Continuer de travailler de concert avec l'industrie pour que tous les œufs de marque *le Choix du Président* soient pondus par des poules en liberté.	Notre gamme d'œufs *le Choix du Président* comprend les œufs des marques *le Choix du Président*, *PC Biologique* et *PC Menu bleu*. Nos œufs *le Choix du Président* et *PC Biologique* sont pondus par des poules élevées 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.	Nous avons mis en œuvre le programme de formation de l'Académie Loblaw au cours du deuxième trimestre. Plus de 100 fournisseurs de produits de marques contrôlées sont inscrits à l'Académie, dans le but d'accroître leur compréhension en matière de qualité et de sécurité alimentaire et de développer leurs compétences techniques et professionnelles dans ce domaine.	
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 (GFSI), ce qui inclut le Programme de la salubrité des aliments à la ferme de CanadaGAP.	Il nous reste du travail à faire à ce chapitre. Nous concentrons nos efforts afin que nos producteurs de fruits et légumes de marques contrôlées soient conformes aux normes de certification de l'Initiative.	
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.	Nous avons mis en place un plan d'action qui s'applique à tous nos fournisseurs de produits de la mer – frais, surgelés ou en conserve – ou de produits contenant des produits de la mer (comme les suppléments vitaminiques, la nourriture pour animaux et certains produits d'épicerie).	
Mettre en place la certification Chaîne de garantie d'origine du MSC pour les comptoirs de poissonnerie et les centres de distribution.	Nous prévoyons mettre en œuvre en 2013 un plan visant à étendre cette certification à tous nos centres de distribution et à tous nos magasins.	
Continuer à mettre en place des pratiques responsables en matière d'approvisionnement en produits issus de l'aquaculture : • Devenir membre de l'IFFO, l'association commerciale de l'industrie des produits de la mer, 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.	• Loblaw est devenue le premier détaillant membre de l'IFFO. Nous travaillons à ce que tous les poissons d'élevage soient nourris exclusivement de farine et d'huile de poisson respectant la Norme standard d'approvisionnement responsable de l'IFFO. • Nous avons signé un contrat de licence avec l'ASC autorisant la vente de poissons provenant de sources certifiées, et allons offrir du tilapia *SourceSensée* dès les premiers mois de 2013. Par conséquent, nous serons le premier détaillant en alimentation en Amérique du Nord à lancer des produits certifiés par l'ASC dans nos magasins.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
Continuer de travailler à l'élaboration de solutions appropriées pour gérer les espèces à risque en collaboration avec l'industrie de la pêche, le Fonds mondial pour la nature (WWF) et notre conseiller scientifique indépendant.	Nous avons travaillé étroitement avec le WWF et notre conseiller scientifique pour identifier et gérer les espèces et les stocks à risque. Nous avons temporairement cessé d'offrir le vivaneau rouge américain et avons continué à soutenir le projet d'amélioration des pêcheries qui vise à regarnir et à gérer les stocks de morue de l'Atlantique de la sous-division 3Ps, qui se trouve au large de la côte sud de Terre-Neuve. De plus, nous avons trouvé des sources certifiées Chaîne de garantie d'origine et par le MSC pour le bar du Chili et allons donc le réintroduire dans certains magasins en 2013.	
Terminer le questionnaire à l'intention des fournisseurs afin d'obtenir l'information nécessaire à la prise de décisions éclairées, notamment en ce qui a trait à l'identification des espèces et des stocks à risque ainsi que des pêcheries et élevages qui ne peuvent ou ne veulent pas rencontrer nos critères.	Nous avons recueilli des données détaillées en matière d'approvisionnement auprès de certains de nos plus importants fournisseurs de produits de la mer afin d'évaluer et de gérer nos sources d'approvisionnement. Nos autres fournisseurs devront à leur tour y répondre en 2013.	
HUILE DE PALME		
Se joindre à la Table ronde sur la production durable d'huile de palme (RSPO).	Nous avons déposé notre candidature. Nous sommes membre depuis janvier 2013.	
Procéder à l'inventaire de tous les produits de marques contrôlées.	Nous avons commencé à recueillir des données et avons rencontré les intervenants internes et externes afin de définir les prochaines étapes. L'inventaire sera complété en 2013.	
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.	Les activités prévues n'ont pas été effectuées en 2012. Nous élaborons actuellement une politique interne et allons approcher les fournisseurs en 2013.	
Utiliser de l'huile de palme issue de sources durables dans tous les produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2015.	Nous sommes en voie d'atteindre cet objectif d'ici la fin de 2015.	
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.	Les directives sont en place. Tout le papier à photocopie utilisé dans les établissements détenus par la société est certifié conforme aux normes du Forest Stewardship Council.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

Objectifs et réalisations

Faire une différence positive dans notre communauté

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
FONDATION POUR LES ENFANTS *LE CHOIX DU PRÉSIDENT*		
Remettre 10 millions de dollars en dons à des familles d'enfants atteints d'une déficience physique ou intellectuelle au Canada.	La Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé 10 062 406 $ à plus de 1 900 familles d'enfants atteints d'une déficience au Canada.	
Verser 2,75 millions de dollars aux programmes de nutrition à l'échelle du pays dont l'objectif est de combattre la faim chez les enfants.	La Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a versé 2 895 000 $ au profit de plus de 2 900 programmes de nutrition, afin de fournir des déjeuners, collations et lunchs santé aux enfants canadiens.	
RENDRE NOS VILLES PLUS VERTES		
En partenariat avec le 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.	De concert avec le WWF, nous avons augmenté la participation de nos collègues et franchisés à la Journée nationale de la p'tite laine et au Grand nettoyage des rivages canadiens par rapport à l'année précédente. Dans le cadre de ces trois programmes, parmi bien d'autres, plus de 1,2 million de Canadiens ont posé des gestes concrets pour préserver l'environnement depuis 2009.	
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.	Nous avons remis plus de 607 000 $ à divers organismes canadiens, dont les YMCA du Canada, le Conseil des 4 H du Canada, Start2Finish, NSTEP et, au Québec, La Tablée des Chefs. Ces organismes offrent des programmes qui aident à garder les enfants actifs et leur apprend l'importance de manger santé.	
NOURRIR LES GENS DE NOTRE VOISINAGE		
Devenir le principal partenaire du sommet canadien sur l'alimentation 2012 tenu par le Conference Board du Canada.	Nous avons collaboré avec le Conference Board du Canada pour coprésider le sommet canadien sur l'alimentation. Ce congrès de deux jours a réuni des détaillants en alimentation, des représentants de l'industrie, des spécialistes et des chercheurs; ce fut l'occasion d'une réflexion sur le secteur alimentaire canadien à la lumière de notions comme la qualité, les prix, la disponibilité et la gestion des matières résiduelles, afin de travailler à l'élaboration d'une stratégie canadienne en matière d'alimentation.	
Collaborer avec le Centre de recherche alimentaire du Canada sur des normes privées, de même que sur des projets de recherches portant sur l'alimentation, la santé et le développement durable.	Nous avons financé des études sur l'alimentation, la santé et le développement durable du Centre de recherche alimentaire du Canada, et contribué à leur réalisation.	
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!*	Nous avons recueilli plus de 1,8 million de dollars et plus de 861 800 kg de nourriture lors des collectes nationales de denrées *Juste un peu plus, ça aide!* de 2012.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
Donner 250 000 $ au système national du partage des aliments de Banques alimentaires Canada.	Nous avons remis 200 000 $ au profit du Système national du partage des aliments de Banques alimentaires Canada, et aidé ainsi cet organisme à soutenir les banques alimentaires locales qui nourrissent les Canadiens dans le besoin. Nous avons aussi versé 50 000 $ afin de soutenir la mission à long terme de Banques alimentaires Canada, soit de lutter contre la faim au pays.	
INVESTISSEMENT LOCAL Par l'entremise de dons provenant de Loblaw, des fonds recueillis auprès des clients et des contributions des collègues ainsi que des franchisés et de leurs employés, nous continuons à soutenir nos communautés locales : • amasser 14,5 millions de dollars grâce aux activités de collecte de fonds en magasin, notamment celles de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*, la campagne *Donnez un peu, aidez beaucoup* et les collectes nationales de denrées *Juste un peu plus, ça aide!*; • verser 5 millions de dollars en investissements locaux et commandites.	Nous avons recueilli plus de 25 millions de dollars grâce aux collectes de fonds en magasin et versé plus de 14,5 millions de dollars en investissements locaux et en commandites de nos magasins.	
DES CHOIX ALIMENTAIRES PLUS SAINS Concevoir de nouveaux emballages pour la gamme *PC Menu bleu.*	Les emballages *PC Menu bleu* présentent maintenant des signes « + » et « – » qui indiquent les bienfaits nutritionnels du produit, afin d'aider les clients à gérer leur consommation d'oméga-3, de sodium, de fibres, de gras, de glucides, de calories, etc.	
FICHE DE POINTAGE PORTANT SUR LES VALEURS NUTRITIONNELLES Lancer la fiche de pointage Guiding Stars dans tous les magasins *Loblaws* en Ontario.	Nous avons déployé le programme Guiding Stars dans 44 *Loblaws* en Ontario.	
Mettre en œuvre un projet pilote de fiche de pointage Guiding Stars dans un centre de services aux magasins.	Nous avons déployé le programme Guiding Stars à notre siège social.	
Lancer Guiding Stars dans tous les autres magasins d'ici la fin de 2015.	Nous sommes en bonne voie d'atteindre cet objectif d'ici la fin de 2015.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
SERVICES DE PROGRAMME DE SANTÉ INTÉGRÉS		
Ajouter des diététistes dans 50 magasins en Ontario.	À présent, 22 diététistes sont disponibles sur place dans 44 *Loblaws* et 6 *Real Canadian Superstore* en Ontario.	
Donner 1 000 ateliers éducatifs sur le diabète dans nos magasins.	Depuis 2011, nous avons tenu 925 séances d'information sur le diabète dans nos magasins.	
Effectuer 65 000 contrôles du cholestérol dans nos magasins.	Depuis 2011, nous avons effectué 58 015 contrôles du cholestérol dans nos magasins au pays.	
PROGRAMMES DE SANTÉ INTÉGRÉS – 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.	Nous avons étendu notre *Défi bien-être de 60 jours* (un programme de bien-être au travail) aux collègues des magasins *Loblaws* de l'Ontario, en plus de ceux des centres de services aux magasins et des centres de distribution à l'échelle du pays.	
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.	Nous avons offert deux séances du programme de bien-être Énergie pour la vie aux membres de la direction occupant des postes clés.	
SODIUM		
Réduire de 16 % la teneur en sodium de 200 produits transformés existants de marques contrôlées.	Nous avons réduit d'environ 22 % la teneur en sodium de 95 produits transformés de marques contrôlées existants. De plus, nous avons créé 150 produits transformés de marques contrôlées dont la teneur en sodium respecte nos normes internes en matière de teneur en sodium.	
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.	En partenariat avec des détaillants en alimentation et des fournisseurs canadiens, nous avons contribué à créer de meilleures méthodes pour assurer le suivi des progrès accomplis et pour sensibiliser les consommateurs à propos des choix santé.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

Objectifs et réalisations

Refléter les diversités culturelles de notre pays

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
INCLUSION		
Accroître le nombre de femmes occupant des postes de directrices de magasin.	Le nombre total est demeuré stable. Nous continuerons de miser sur de nouveaux programmes, ainsi que sur les programmes existants afin de poursuivre nos efforts à ce chapitre.	
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.	Nos champions de la diversité ont mis en œuvre en magasin des initiatives en lien avec notre objectif d'offrir un milieu de travail toujours plus diversifié et inclusif. Ces initiatives ciblent les femmes, la communauté lesbienne, gaie, bisexuelle et transgenre (LGBT), les personnes handicapées et les communautés culturelles.	
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.	Nous avons lancé la campagne « Puis-je vous aider? »; les collègues et employés de tous les magasins reçoivent des formations et de l'information afin de mieux servir les clients handicapés.	
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.	Tous les magasins détenus par la société de l'Ouest canadien et 40 magasins de l'Ontario participent maintenant à ce programme, ce qui porte le total à 183 magasins à l'échelle nationale.	
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.	Nous sommes en bonne voie d'atteindre cet objectif d'ici la fin de 2014.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

Objectifs et réalisations

Être un milieu de travail formidable

OBJECTIFS	RÉALISATIONS	PROGRÈS
IMPLANTATION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE		
Augmenter le degré de notoriété de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) auprès des collègues de 2 %.	Nous affichons une amélioration de 1 % tous établissements confondus, mais de 2 % dans nos magasins détenus par la société.	
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.	Le cours est prêt; il sera lancé en ligne durant la première moitié de 2013.	
AMÉLIORER L'EFFICACITÉ EN MATIÈRE DE LEADERSHIP		
Lancer les nouvelles valeurs de l'entreprise.	Nous avons lancé ce programme sur les valeurs et les comportements pour tous nos collègues durant le deuxième trimestre de 2012.	
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.	Nous avons déployé ce programme national à l'intention de tous nos collègues occupant un poste de direction durant le deuxième trimestre de l'année.	
Lancer le programme *Avantage fraîcheur* dans les magasins détenus par la société.	Les directeurs et directeurs adjoints de magasin de tous les magasins détenus par la société ont suivi le programme.	
SANTÉ ET SÉCURITÉ		
Réduire de 10 % le total d'accidents qui surviennent dans les centres de services aux magasins, ainsi que dans les magasins et les centres de distribution détenus par la société.	Nous avons amélioré le bilan national de 2,3 %, alors que nos centres de distribution ont affiché une baisse de 13,3 %.	
Élaborer un programme de formation national pour le Comité mixte de santé et sécurité.	Le programme est prêt; les formations commenceront au premier trimestre de 2013.	

OBJECTIF ATTEINT SUR LA BONNE VOIE OBJECTIF NON ATTEINT

Objectifs 2013

Respecter l'environnement

Réduction des matières résiduelles

- Éviter l'enfouissement d'une moyenne de 82 % des matières résiduelles générées par nos centres de distribution.
- Éviter l'enfouissement d'une moyenne de 80 % des matières résiduelles générées par nos centres de services aux magasins.
- Réduire les matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société dans chaque région de 5 % de plus par rapport aux résultats de 2012 (Ontario, 80 %; Québec, 63 %; Ouest, 57 %; Atlantique, 70 %).
- Éviter l'enfouissement des matières résiduelles organiques générées par 20 magasins détenus par la société supplémentaires dans l'Ouest canadien et au Québec.
- Mettre en place des programmes pilotes afin d'éviter l'enfouissement de toutes les matières résiduelles générées par un magasin détenu par la société et un centre de distribution détenu par la société.

Réduction du gaspillage alimentaire :

- Établir un partenariat avec Banques alimentaires Canada pour lancer un programme de cueillette dans 100 magasins détenus par la société afin d'accroître les dons de surplus de produits alimentaires et de contribuer à la réduction du gaspillage alimentaire.

Réduction des emballages :

- Mettre en œuvre un organigramme décisionnel viable en matière de réduction des emballages pour réduire l'empreinte environnementale globale de l'emballage des produits de marques contrôlées.
- Mettre en œuvre l'engagement en matière d'approvisionnement en papier destiné aux emballages.
- Réduire de 50 % l'utilisation d'emballages non recyclables pour les produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2013.
- Réduire de 5 % l'emballage des produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2015.

Réduction de la consommation d'énergie :

- Réduire la consommation d'énergie totale de 3 % par pied carré dans les magasins détenus par la société existants.
- Achever les projets de panneaux solaires dans 40 magasins détenus par la société.
- Installer un système de réfrigération qui utilise le dioxyde de carbone comme seul réfrigérant dans un magasin détenu par la société.
- Achever le changement de l'éclairage dans 70 magasins détenus par la société.

Réduction de la consommation de carburant et efficacité de la flotte :

Améliorer l'efficacité énergétique de notre flotte de camions :

- Remplacer, d'ici la fin de 2015, 75 % des véhicules de notre flotte de transport par de nouveaux camions conformes aux normes américaines de l'EPA sur les émissions;
- Accroître l'utilisation du transport ferroviaire de 20 %;
- Augmenter le nombre de retours à charge de 5 %;
- Réduire le temps de marche au ralenti de 5 %;
- Ajouter à notre flotte dix remorques réfrigérées ne fonctionnant pas au diesel;
- Ajouter cinq camions alimentés au gaz naturel;
- Ajouter quatre remorques de 60 pieds;
- Installer 10 systèmes avec plate-forme additionnelle dans nos remorques.

Empreinte eau :

- Réaliser une évaluation de l'empreinte eau de nos activités.

OBJECTIFS 2013

Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

Approvisionnement local :

- 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 durant la saison de croissance proviennent de producteurs canadiens.

Bien-être des animaux :

En 2013, nous prendrons les engagements suivants :

- Le porc frais vendu dans nos magasins proviendra de fournisseurs qui sont passés à un système de stabulation libre d'ici la fin de 2022. Nous collaborerons avec le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE), l'industrie porcine et les gouvernements afin de faire progresser l'élaboration du Code de pratiques pour les porcins.
- Offrir une nouvelle variété d'œufs oméga pondus en liberté *le Choix du Président*.

Approvisionnement en papier :

- Mettre en œuvre l'engagement de l'entreprise en matière d'approvisionnement durable en papier.

Produits de la mer durables :

- Nous approvisionner exclusivement en produits de la mer auprès de sources durables d'ici la fin de 2013.
    - Veiller à ce que tous les fournisseurs remplissent notre questionnaire afin d'obtenir l'information nécessaire à la prise de décisions éclairées, notamment en ce qui a trait à l'identification des espèces et des stocks à risque ainsi que des pêcheries et élevages qui ne peuvent ou ne veulent pas rencontrer nos critères.
    - Travailler de concert avec WWF et nos conseillers scientifiques pour évaluer toutes les espèces et tous les stocks par rapport à nos critères en matière de produits de la mer durables.
    - Retirer de nos tablettes les produits qui ne répondent pas à nos critères en matière des produits de la mer durables.
    - Créer un plan d'action pour les autres espèces et stocks dont l'approvisionnement demeure sous réserve de certaines conditions.
- Obtenir la certification « Chaîne de garantie d'origine (CoC) » pour nos centres de distribution et plus de 600 de nos magasins, afin de pouvoir offrir des produits certifiés par le MSC et l'ASC dans nos comptoirs de produits de la mer.
- Participer aux discussions sur l'initiative mondiale d'approvisionnement en produits de la mer durables (Global Sustainable Seafood Initiative) liées aux produits de la mer durables et à l'écoétiquetage.
- Continuer à sensibiliser les clients aux produits de la mer durables et à être ouverts et transparents au sujet de nos progrès et de nos politiques.

Huile de palme :

- Utiliser de l'huile de palme issue de sources durables dans tous les produits de marques contrôlées d'ici la fin de 2015.
- Élaborer un plan d'action et une politique d'approvisionnement en huile de palme durable.
- Faire l'inventaire de tous les produits de marques contrôlées qui contiennent de l'huile de palme ou des produits dérivés de l'huile de palme.

Sécurité des produits et traçabilité :

- Étendre le programme de l'Académie Loblaw à tous les fournisseurs de produits de marques contrôlées.
- Appliquer des systèmes de gestion de la sécurité et de la qualité aux produits non alimentaires de marques contrôlées.
- Appliquer des systèmes de gestion de la sécurité et de la qualité aux produits ethniques de marques contrôlées.
- Faire en sorte que 100 % de nos producteurs de fruits et légumes soient certifiés par l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (GFSI).
- Élaborer un programme de sensibilisation à la sécurité alimentaire en magasin à l'intention de la clientèle.

OBJECTIFS 2013

Faire une différence positive dans notre communauté

Santé et bien-être :

- Lancer le système Guiding Stars dans tous les magasins en Ontario (à l'exception des magasins *nofrills*).
- Déployer le système Guiding Stars dans tous les magasins d'ici la fin de l'exercice 2015.
- Offrir 200 000 prestations de services aux patients (évaluations des risques, vaccination, revue du dossier médical, etc.).
- Tenir 1 000 séances d'information communautaire en magasin.
- Sélectionner 200 diététistes situés partout au pays pour soutenir l'événement « Choix sensé pour votre maisonnée ».
- Éliminer tous les arômes et les colorants artificiels des produits de marque *le Choix du Président*.
- Réduire d'environ 16 % le taux de sodium de 200 produits transformés de marques contrôlées existants.
- Concevoir 300 nouveaux produits transformés de marques contrôlées qui répondront à nos normes internes en matière de teneur en sodium.
- Élaborer un plan d'action visant à réduire la teneur en sodium des autres produits transformés de marques contrôlées d'ici 2016.
- Bonifier le programme de bien-être au travail à l'intention des collègues.

Dons communautaires :

- Continuer à venir en aide aux organismes de bienfaisance et sans but lucratif du Canada dans le cadre de nos principaux axes d'intervention, soit Rendre nos villes plus vertes, Des enfants actifs et en santé, Nourrir les gens de notre voisinage et la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*.

Refléter les diversités culturelles de notre pays

- D'ici la fin de 2014, mettre en œuvre des programmes externes afin de recruter du personnel au sein de groupes communautaires ciblés comme les autochtones, les nouveaux arrivants et les personnes handicapées.
- Élaborer une stratégie d'entreprise pluriannuelle pour répondre aux exigences d'accessibilité des clients et des collègues.
- Accroître de 100 % le nombre de programmes de champions de la diversité en 2013.
- Accroître le nombre de femmes occupant des postes de direction dans l'entreprise.
- Déployer le programme « I speak » (Je prends la parole) dans tous les magasins détenus par la société d'ici la fin de 2014.
- Élargir notre gamme de produits multiculturels authentiques des marques contrôlées *Rooster*, *T&T* et *Suraj* de 50 % d'ici la fin de 2014.

Être un milieu de travail formidable

Engagement des collègues :

- Déployer un nouveau programme de reconnaissance des collègues.
- Augmenter de 3 % la compréhension des collègues des valeurs communes de l'entreprise.
- Augmenter de 2 % le degré de notoriété de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) parmi les collègues.

Améliorer l'efficacité en matière de leadership :

- Accroître le nombre de programmes de formation axés sur le leadership offerts aux collègues.
- Étendre notre programme « Prêt à gérer ».
- Accroître de 2 % la participation aux cours de formation offerts en ligne et en classe.

Santé et sécurité :

- Réduire le nombre total d'accidents de 10 %.

Partenaires et intervenants

Établir de solides partenariats et des relations durables est une priorité pour Loblaw. Nous collaborons avec un large éventail d'organisations pour atteindre nos objectifs en matière de RSE et mettre en place des pratiques d'affaires responsables. Voici quelques-uns de nos principaux partenaires :

WWF
Pêche durable MSC
Farmed Responsibly ASC Certified
University of Guelph – Changing Lives Improving Life
Food Banks Canada / Banques alimentaires Canada
la grande guignolée des médias
ArbresCanada
Association Canadienne du Diabète
La Tablée des Chefs
Smart Commute Brampton Caledon
The Conference Board of Canada – Insights You Can Count On
Greenpeace
Ecology Action Centre
IFFO
Campagne YMCA pour nos enfants
START2FINISH – Empower kids for life
KidSport
4-H Canada
The Consumer Goods Forum
Organization Avantage Carrière
ParticipACTION – On s'active.
50e d'engagement dans le commerce de détail
Second Harvest
Habitat for Humanity Habitat pour l'humanité Toronto
Canadian Red Cross / Croix-Rouge canadienne
Hypertension Canada
Toronto Kiwanis Boys & Girls Clubs – A good place to be
Meal Exchange – Hunger Problem. Student Solution.
University of Toronto
unicef
Anaphylaxie Canada

Prix

En 2012, nous avons eu le privilège de recevoir, entre autres, les prix suivants :

Meilleurs employeurs pour les nouveaux arrivants

Récompense les employeurs canadiens offrant les programmes les plus intéressants pour aider les nouveaux Canadiens à s'intégrer à leur nouveau milieu de travail et à commencer leur nouvelle vie.

Meilleurs employeurs pour la diversité au Canada

Salue les employeurs canadiens qui se distinguent par la qualité exceptionnelle de leurs programmes favorisant la diversité et l'inclusion en milieu de travail.

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. C'est la troisième année de suite que Loblaw mérite cet honneur.

Palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada

Nous avons été reconnus comme l'un des 100 meilleurs employeurs canadiens pour la quatrième année consécutive. Ce concours annuel, l'un des plus connus au Canada, vise à reconnaître les entreprises et les organisations qui se distinguent par leur façon d'attirer et de fidéliser leurs employés.

Palmarès des meilleurs employeurs pour les jeunes Canadiens

Reconnaît les employeurs qui se distinguent par leur façon d'attirer et de fidéliser les jeunes travailleurs. C'est la troisième année de suite que Loblaw mérite cet honneur.

Défi Employeurs Inspirants

Récompense les entreprises du Québec qui font preuve d'excellence en matière de ressources humaines et dont les approches novatrices favorisent l'engagement de leurs employés.

Meilleurs employeurs de la région du grand Toronto

Rend hommage aux employeurs du grand Toronto qui dominent leur secteur respectif pour la qualité exceptionnelle de leurs milieux de travail. Il s'agit de la troisième année de suite que Loblaw se voit remettre cette récompense.

Certificat d'excellence d'Hypertension Canada

Récompense Loblaw et ses pharmacies pour leurs efforts et leur approche positive en matière de santé et de traitement des maladies chroniques, et tout particulièrement pour leur travail visant la réduction du sodium alimentaire dans le cadre de la campagne SALÉ (Sodium : astuces, leçons et équilibre). (www.hypertension.ca/fr/bourses)

Employeur de l'année *Smart Commute Brampton-Caledon*

Salue les employeurs qui investissent le plus d'efforts dans des programmes de navette maison-boulot qui génèrent des résultats et des bienfaits exceptionnels.

Glossaire

Aquaculture Stewardship Council (ASC)
L'ASC est un organisme indépendant sans but lucratif qui aspire à devenir le chef de file mondial en matière de programmes de certification et d'étiquetage des produits de la mer élevés de façon responsable. Il gère les normes internationales encadrant l'élevage responsable des produits de la mer et a à cœur de protéger les habitats marins et d'eau douce, tout en appuyant des standards d'ordre social.

Arômes et colorants artificiels
Colorants et produits chimiques habituellement utilisés dans les ingrédients artificiels. Il a été établi qu'ils peuvent notamment être la cause de réactions cutanées, d'hyperactivité chez les enfants, de nausées, d'hypertension ou de problèmes respiratoires.

Chaîne de garantie d'origine (CoC) du MSC
Cette chaîne de garantie d'origine du MSC (Marine Stewardship Council) consiste en l'application d'une norme de traçabilité des produits qui fait en sorte que seuls les produits des pêcheries certifiées durables d'après le référentiel environnemental du MSC portent le logo du MSC. Cela assure aux consommateurs et aux acheteurs que le produit qu'ils achètent provient d'une pêcherie certifiée par le MSC.

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.

Émissions de gaz à effet de serre (GES)
Émission à l'atmosphère de gaz 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 et du méthane) au cours des dernières décennies.

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 du 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 la température ambiante 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 jusqu'à trois étoiles selon leur valeur nutritionnelle, pour permettre aux clients de repérer plus facilement les choix santé lorsqu'ils font leur épicerie.

Huile de palme
Type d'huile végétale extraite du fruit du palmier à huile. À l'origine, l'huile de palme provenait d'Afrique occidentale, mais la culture est possible dans toute région au climat chaud et aux pluies abondantes. Aujourd'hui, l'Indonésie et la Malaisie produisent la quasi-totalité des stocks mondiaux.

Initiative mondiale pour la sécurité des aliments (GFSI)
Le GFSI (www.mygfsi.com) est une alliance internationale initiée par les plus importants détaillants en alimentation du monde. Le GFSI 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 du GFSI, il devient aussi conforme aux autres normes correspondantes reconnues par le GFSI.

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.

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.

Glossaire

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.

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.

Système de réfrigération par cycle trans-critique

Système de réfrigération d'avant-garde fonctionnant uniquement au dioxyde de carbone.

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 volume plus élevé en utilisant la même source d'énergie que d'autres types de véhicules, ce qui permet de réduire le nombre de camions sur la route, d'économiser du carburant et de réduire l'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.

Nous joindre

Les Compagnies Loblaw limitée, filiale de George Weston limitée, a son siège social à Brampton (en Ontario).

Siège social et centre national de services aux magasins

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

Tél. : 905 459-2500
Téléc. : 905 861-2206
Site Web : loblaw.ca

Pour toute question concernant la RSE, écrivez-nous à rse@loblaw.ca.