



**Loblaw**

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

# Notre façon de faire des affaires

RAPPORT 2014 SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE



Les Compagnies Loblaw limitée est le chef de file canadien dans les domaines de l'alimentation et de la pharmacie, en plus d'être le plus important détaillant au pays, ainsi que l'un des plus importants employeurs du secteur privé au Canada.

Notre solide engagement envers la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) dicte notre façon de faire des affaires de même que le rôle que nous voulons jouer au sein de la société.

---



# Table des matières

## 3

Message aux intervenants

## 5

La RSE chez Loblaw

Notre incidence **6**



Gouvernance **7**

Concours de nos intervenants **8**

## 10

Priorités en matière de RSE

Santé et bien-être **11**

Approvisionnement durable **14**

Bien-être des animaux **18**

Matières résiduelles et emballages **20**

Efficacité énergétique **23**

Soutenir les communautés **25**

Formation et culture d'entreprise **28**



## 30

Rendement

Objectifs et réalisations 2014 **31**

Objectifs 2015 **39**

Prix et reconnaissances **41**

Coordonnées et rétroaction **42**

# À propos du présent rapport

La huitième édition de notre rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) fait état du rendement de Les Compagnies Loblaw limitée (Loblaw) en matière de responsabilité sociale pour l'exercice 2014. Ce rapport englobe les activités de l'ensemble des magasins détenus par la société, des centres de services aux magasins et des centres de distribution.

Le rapport précédent a été publié en mai 2014. Peu de choses ont changé depuis en ce qui concerne la portée de notre reddition de compte et nos méthodes de mesure. Dans certains cas, le rapport présente aussi de l'information sur les magasins franchisés,

les tiers, *T&T Supermarket* et Shoppers Drug Mart/Pharmaprix (SDM/Pharmaprix). Cette dernière ayant été acquise par Loblaw en mars 2014, son rendement devrait faire davantage partie de nos prochains rapports sur la RSE.

La transparence nous tient à cœur. Bien que nous ne soyons pas tenus de le faire, nous suivons les principes et les directives de la Global Reporting Initiative en matière de reddition de compte afin de systématiser notre approche.

Tous les plans, cibles, objectifs et résultats en matière de RSE ont été examinés par le Comité de divulgation et par les Services juridiques. De plus, les services de vérification interne ont examiné certains des résultats et des cibles présentés dans ce rapport.



**Vos commentaires sont les bienvenus et nous vous invitons à [remplir notre sondage](#).**

[www.loblaw-rapports.ca/sondage](http://www.loblaw-rapports.ca/sondage)

**Si vous avez des questions ou désirez plus d'information, veuillez écrire à [rse@loblaw.ca](mailto:rse@loblaw.ca).**

## Légende

- Menu
- Page précédente
- Page suivante
- Objectifs et réalisations
- Objectif atteint
- Objectif presque atteint ou sur la bonne voie
- Objectif non atteint ou en phase initiale

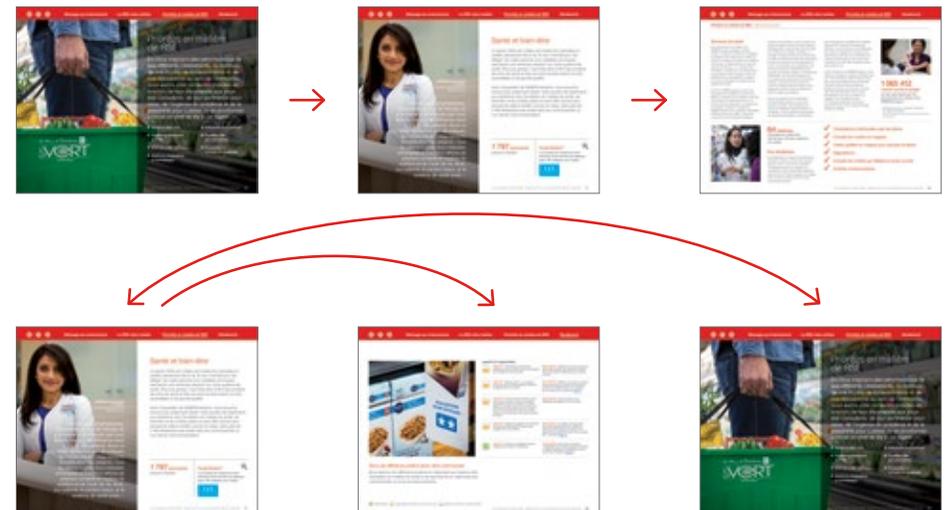
## Comment utiliser le présent rapport

### MÉTHODE CLASSIQUE

Vous pouvez lire le rapport comme un livre, d'une couverture à l'autre, en utilisant les flèches du coin supérieur gauche.

### MÉTHODE CIBLÉE

Comme sur un site Web, vous pouvez également vous rendre directement au sujet qui vous intéresse. Pour naviguer, cliquez sur l'icône du menu, dans le coin supérieur gauche de n'importe quelle page, pour retourner à la table des matières. Vous pouvez aussi cliquer sur les grands titres apparaissant au haut de la page pour accéder directement à une section.





## Message aux intervenants

« Chez Les Compagnies Loblaw limitée, nous sommes conscients du fort degré de notre impact et de la puissance de notre influence. »

---

**GALEN G. WESTON**

Président du Conseil et président  
Les Compagnies Loblaw limitée

Le présent rapport résume nos activités de RSE en 2014, qui marque d'ailleurs le 25<sup>e</sup> anniversaire d'un des premiers projets de Loblaw en la matière.

En 1989, nous avons lancé les produits *PC V.E.R.T.*, qui se voulaient meilleurs pour l'environnement. Il y a un quart de siècle, c'était une innovation au sein de l'industrie, et probablement la première gamme « verte » en Amérique du Nord. Aujourd'hui, nous la voyons comme un premier pas sur la route des nombreux engagements de Loblaw en matière de RSE qui ont suivi.

Comme ce fut le cas avec *PC V.E.R.T.*, nous continuons d'agir en réponse aux enjeux actuels qui sont importants pour nos clients et notre entreprise, tout en pensant à long terme. Bien que nos efforts soient axés sur les préoccupations les plus pressantes et les possibilités qui se présentent dans l'immédiat, certains thèmes demeurent : l'environnement, les communautés locales et mondiales, notre personnel et les nombreuses façons de réaliser notre raison d'être, soit aider les Canadiens à *profiter pleinement de la vie*. En 2014, ces initiatives ont mené à plusieurs réalisations :

- Nous avons étendu le système de classement des aliments Guide-étoiles<sup>MD</sup>.
- Nous comptons maintenant 64 diététistes dans 159 magasins.
- Nos politiques d'achat *D'abord au Canada* favorisent encore plus les produits d'ici.
- Nous avons franchi la barre des sept milliards de sacs en plastique éliminés.
- Nous avons achevé 62 installations de panneaux solaires sur les toits en Ontario.

- La Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a célébré son 25<sup>e</sup> anniversaire, franchissant du même coup le cap des 116 millions de dollars en dons.

Ces réalisations, tout comme nos autres activités de RSE, sont guidées par les connaissances et commentaires de conseillers scientifiques et de nos clients. La structure du présent rapport repose sur la rétroaction d'un éventail d'intervenants différents, y compris des organismes non gouvernementaux, des universités et des chefs de file de l'industrie.

Chez Les Compagnies Loblaw limitée, nous sommes conscients du fort degré de notre impact et de la puissance de notre influence. En 2014, nous avons élargi notre portée grâce à une importante acquisition, celle de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix. Nous avons hâte de présenter plus en détail les activités de RSE de SDM/Pharmaprix dans notre prochain rapport. Néanmoins, le présent rapport vous permettra déjà de constater que nous sommes ravis de l'influence que ces activités auront au sein de nos communautés et sur la santé des Canadiens. D'ores et déjà, SDM/Pharmaprix a accentué l'incidence des initiatives communautaires de Loblaw et de son engagement de longue date envers le bien-être des consommateurs.

Lorsque vous parcourrez les pages du présent rapport, j'espère que vous porterez une attention particulière aux trois domaines qui figurent parmi nos priorités en matière de RSE :

**Santé et bien-être :** Traditionnellement, bon nombre des activités et des engagements de Loblaw en matière de RSE gravitent autour de la marque *le Choix du Président*, la marque de produits alimentaires la plus populaire au pays. Cette tradition s'est poursuivie en 2014 avec l'annonce de notre nouvel engagement, qui consiste à réduire de 20 % la teneur en sodium de certaines de produits, ainsi qu'avec l'atteinte de l'un de nos objectifs existants, soit l'élimination des arômes et des colorants artificiels dans tous les produits *le Choix du Président*. Les consommateurs se soucient de plus en plus de leur alimentation, et nombre d'entre eux s'inquiètent des liens possibles entre les colorants artificiels et certains troubles comme l'hyperactivité. En éliminant des produits *le Choix du Président* les colorants qu'on ne retrouve pas dans la nature, nous leur proposons une autre option. Nous sommes fiers de cette réalisation, et nous continuerons à chercher des occasions d'en faire encore plus.

**Approvisionnement durable :** En 2014, nous avons haussé les normes en matière d'éthique qui encadrent la production et les installations de nos fournisseurs. Mieux encore, nous avons formé une équipe qui œuvre dans certains pays en développement où sont fabriqués nos produits, notamment au Vietnam, au Cambodge et au Bangladesh. Cette équipe surveille les usines et réagit aux enjeux en mettant à profit sa connaissance du milieu. Ainsi, nous sommes mieux positionnés que jamais pour faire face aux défis liés à l'approvisionnement international. Au cours de l'année, nous avons élaboré un nouveau code de conduite pour les fournisseurs de Loblaw, qui est plus spécifique à propos de

certaines conditions de travail et certains droits des travailleurs. Ce code entrera en vigueur en 2015.

**Efficacité énergétique :** Les changements climatiques se font sentir de plus en plus, et il est impossible de ne pas être préoccupé par l'avenir de notre planète. À titre de dirigeant d'une entreprise qui repose sur l'agriculture, l'utilisation d'eau, la production alimentaire, le transport de marchandises ainsi que d'immenses installations, je suis conscient que nous devons changer nos façons de faire. Je suis fier de nos progrès au chapitre de la réduction des émissions de dioxyde de carbone. Grâce à une meilleure gestion de notre flotte de transport et de notre consommation d'énergie, ainsi qu'à des investissements dans des systèmes d'éclairage et de réfrigération améliorés, nos émissions diminuent de manière constante depuis 2011. Bien que ce rapport constitue une rétrospective, nous pouvons affirmer que nos efforts de réduction des émissions de dioxyde de carbone s'accroîtront dans les années à venir.

Par ce rapport, nous voulons faire preuve de transparence et favoriser la discussion. Comme toujours, je serais heureux que vous envoyiez vos commentaires à [rse@loblaw.ca](mailto:rse@loblaw.ca).

**Galen G. Weston**  
Président du Conseil et président

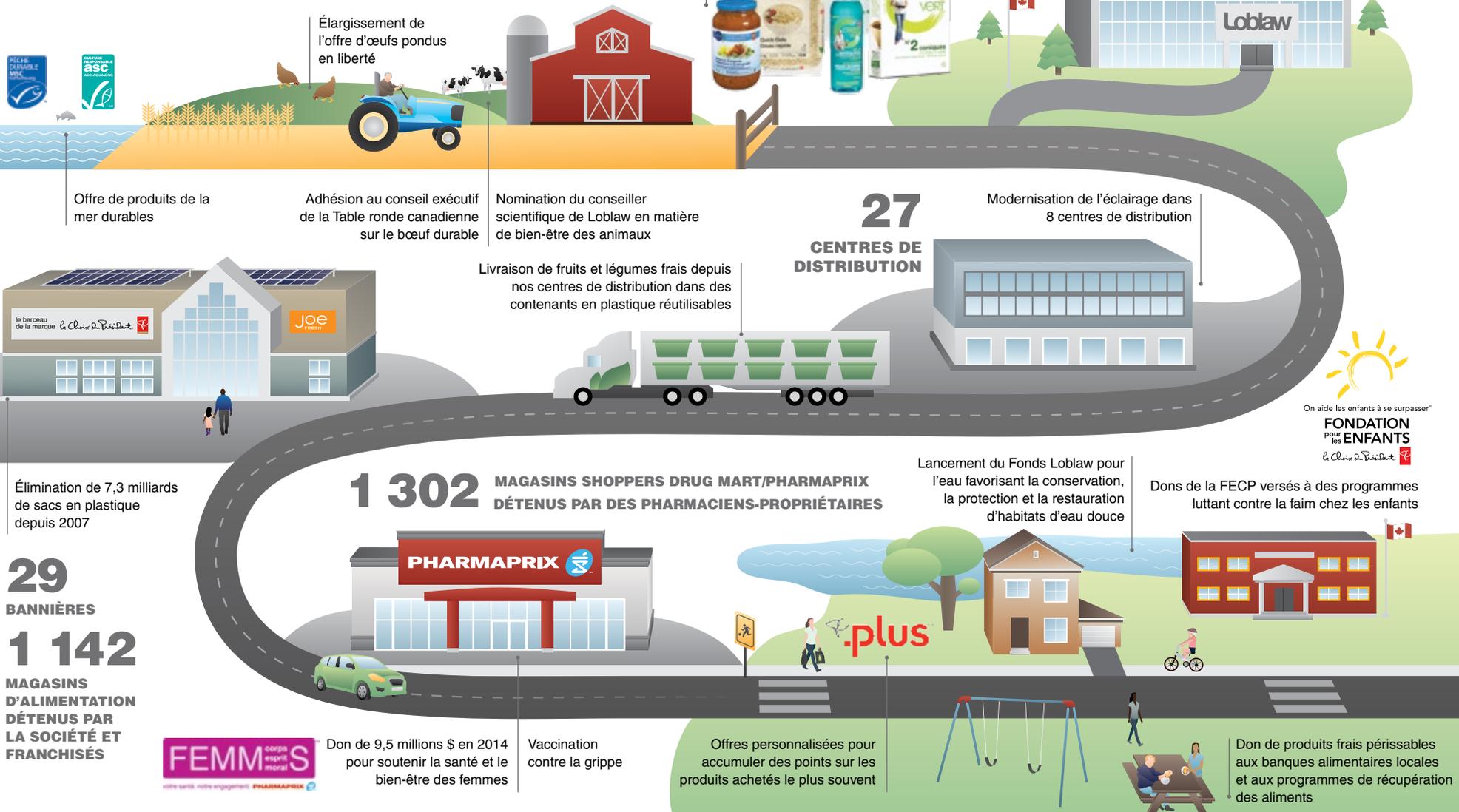
# La RSE chez Loblaw

Nous nous efforçons d'être une entreprise citoyenne exemplaire et de mettre notre envergure à profit pour aborder certains des grands enjeux avec lesquels nous sommes aux prises comme société.

- ↻ Notre incidence
- ↻ Gouvernance
- ↻ Concours de nos intervenants

# Notre incidence

Chaque jour, Loblaw touche la vie de millions de personnes au sein de sa chaîne d'approvisionnement, de ses magasins, de ses milieux de travail et des communautés. Nous voulons avoir une incidence positive à chaque moment.



# Gouvernance

Pour Loblaw, les principes liés à la transparence, la responsabilisation et la bonne gouvernance d'entreprise revêtent une importance capitale.

**Notre conseil d'administration** supervise la gestion et les activités de l'entreprise. Entre autres responsabilités, il établit le cadre de la culture d'intégrité et de conformité devant guider notre entreprise et revoit nos rapports sur nos politiques et nos pratiques de RSE.

**Le Comité de RSE** a pour mandat de superviser les initiatives de RSE au sein de l'entreprise. Composé de hauts dirigeants provenant de divers secteurs de l'entreprise, il détermine les priorités, les indicateurs et les responsabilités en lien avec nos cinq piliers de RSE. Le comité est présidé par le vice-président principal, Affaires corporatives et communications.

---

## Notre vision de la RSE

La raison d'être de Loblaw est d'aider les Canadiens à *profiter pleinement de la vie* et est axée sur leurs besoins et leur bien-être.

Nos engagements en matière de RSE reposent sur cinq piliers. Pour en savoir plus sur l'atteinte des objectifs fixés en 2014 pour chaque pilier, consultez les [pages 30 à 38](#).

Nous avons également ciblé sept priorités, présentées aux [pages 10 à 29](#).

## CODE DE CONDUITE

Nous nous engageons à faire preuve d'honnêteté, d'intégrité et d'équité dans tout ce que nous entreprenons. Notre Code de conduite établit un cadre de comportement éthique fondé sur nos valeurs communes et sur les lois et règlements applicables. Tous nos employés doivent lire, comprendre et respecter le Code et les politiques et procédures qui s'y rattachent. Les employés doivent aussi prendre des mesures raisonnables pour que nos fournisseurs comprennent et respectent le Code de conduite et le [Code de conduite](#) des fournisseurs qui l'accompagne.

[www.loblaw.ca](http://www.loblaw.ca)

## NOS VALEURS COMMUNES

Reflétant ce qui nous tient à cœur, nos valeurs communes guident nos actions.



## Concours de nos intervenants

Le concours de nos intervenants est l'un des aspects fondamentaux de notre approche en matière de RSE. Cela signifie être à l'écoute, solliciter l'avis d'experts et collaborer avec des organisations qui partagent nos préoccupations afin d'élaborer des solutions communes.

### Entretiens avec les intervenants influents

Chaque année, nous organisons une table ronde réunissant plusieurs intervenants externes. Ceux-ci nous font part de leurs commentaires, ce qui nous aide à mieux cibler le contenu de notre rapport sur la RSE et à définir notre stratégie générale en matière de RSE.

En 2014, nous nous sommes entretenus avec plusieurs hauts dirigeants provenant de différents horizons : fournisseurs, détaillants, joueurs de l'industrie, milieu de l'éducation, organismes non gouvernementaux

canadiens et étrangers, agences gouvernementales et conseillers de renom en matière de RSE et de développement durable.

Leurs commentaires ont été pris en considération pour l'élaboration du présent rapport :

- **Structure** – Le rapport s'articule principalement autour de priorités en matière de RSE, soit des enjeux qui, selon nous, revêtent beaucoup d'importance aux yeux de nos clients et de nos collègues et sur lesquels nous avons une forte incidence. Pour en savoir plus, consultez les [pages 10 à 29](#).

### Études de consommation

Ces quatre dernières années, nous avons travaillé avec un cabinet externe pour élaborer un sondage en ligne destiné aux consommateurs canadiens. Il vise à identifier les enjeux de RSE auxquels tiennent les consommateurs et à déterminer si ceux-ci trouvent que nous y répondons adéquatement.

En 2014, ce sondage a permis de dégager certains enjeux clés : l'approvisionnement local, des choix plus sains, ainsi que la réduction des matières résiduelles et des emballages. Ces sujets sont abordés dans le présent rapport, tout comme le bien-être des animaux, qui a considérablement gagné en importance, pour se hisser au cinquième rang de nos priorités en matière de RSE.

- **Gouvernance** – Nous avons élaboré davantage quant à la gouvernance et la responsabilité en ajoutant de l'information sur notre cadre en matière de gouvernance et nos processus concernant le concours des intervenants. Pour en savoir plus, consultez la section « La RSE chez Loblaw » ([pages 5 à 9](#)).

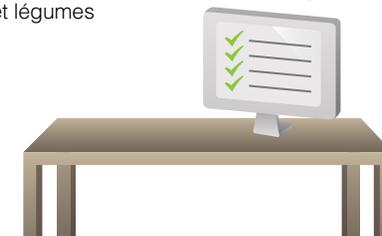
- **Collaboration** – Nous avons dressé la liste des principaux individus et organismes avec qui nous collaborons ([page 9](#)). Dans la section sur les priorités en matière de RSE, nous avons ajouté des exemples sur nos efforts de changement collaboratifs.

« Je trouve que Loblaw se penche sérieusement sur les problèmes qu'elle sait pouvoir contribuer à régler. Elle s'y attaque de manière concrète, en proposant toujours plus d'améliorations. Au Canada, elle fait sans contredit figure de chef de file en la matière. »

**Andrew Crane**, Schulich School of Business

Selon le sondage, les clients trouvent adéquate la performance de Loblaw en matière de RSE, surtout en ce qui a trait à l'approvisionnement, notamment en produits de la mer durables et en fruits et légumes cultivés ici.

Approvisionnement local  
Choix plus sains  
Réduction des matières résiduelles et des emballages  
Bien-être des animaux



## La RSE chez Loblaw | Concours de nos intervenants

## Partenariats et alliances avec l'industrie

À titre de grand détaillant, nous devons faire face à un large éventail d'enjeux et de défis. Bon nombre sont complexes, systémiques et de plus en plus souvent d'ordre planétaire. En collaborant avec nos pairs de l'industrie, les gouvernements, les universités et les organismes non gouvernementaux, nous voulons avoir une incidence positive et durable à ce chapitre.

### Tables rondes, coalitions et accords au sein de l'industrie

- Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage
- Entente relative à la sécurité des édifices et à la prévention des incendies (Bangladesh)
- Initiative mondiale d'approvisionnement en produits de la mer durables
- Table ronde canadienne sur le bœuf durable
- Table ronde sur la production durable d'huile de palme

### Associations

- Canadian Stewardship Service Alliance
- Conference Board du Canada
- Conseil canadien des Pêches
- Conseil canadien du commerce de détail
- Food Marketing Institute
- PAC-Packaging Consortium
- Sustainability 50
- SustainAbility's Engaging Stakeholders Network
- The Consumer Goods Forum

### Organismes non gouvernementaux

- Aide à l'enfance
- Amis du Centre for the Rehabilitation of the Paralysed
- Anaphylaxie Canada
- Arbres Canada
- Association canadienne du diabète
- Banques alimentaires Canada
- CARP – A New Vision of Aging for Canada
- Conseil canadien du compost
- Conseil du recyclage de l'Ontario
- Croix-Rouge canadienne
- Hypertension Canada
- Jane Goodall Institute
- La grande guignolée des médias
- Ostéoporose Canada
- Second Harvest
- Sentier transcanadien
- The Food Institute, Université de Guelph
- UNICEF Canada
- WWF-Canada

## Conseillers scientifiques

Loblaw collabore étroitement avec la communauté scientifique dans le cadre de nombreuses initiatives de RSE. De plus, dans certains domaines, elle fait appel à des conseillers scientifiques afin d'obtenir l'opinion et les conseils d'experts.

### D<sup>r</sup> David Fraser

Université de la Colombie-Britannique  
Protection des animaux

### D<sup>r</sup> Jeff Hutchings

Université Dalhousie  
Produits de la mer durables

### D<sup>r</sup> David Jenkins

Université de Toronto  
Santé et bien-être

### D<sup>r</sup> Ralph Martin

Université de Guelph  
Chaire sur la production alimentaire durable de Loblaw

### D<sup>r</sup> Nigel Raine

Université de Guelph  
Protection des insectes pollinisateurs

### D<sup>r</sup> Rick Smith

Institut Broadbent  
Substances chimiques préoccupantes

### Bruce Lourie

Président, Ivey Foundation  
Substances chimiques préoccupantes

## Priorités en matière de RSE

En nous inspirant des commentaires de nos différents intervenants, du contenu de nos études de consommation et de nos discussions au sein de l'entreprise, nous avons ciblé certaines priorités en fonction de leur importance aux yeux des Canadiens, de leur pertinence pour nous, de l'urgence du problème et de la possibilité pour Loblaw de se positionner comme un chef de file à cet égard.

- Santé et bien-être
- Approvisionnement durable
- Bien-être des animaux
- Matières résiduelles et emballages
- Efficacité énergétique
- Soutenir les communautés
- Formation et culture d'entreprise





**BHAVIKA PRAJAPATI**  
**B. PHARM.**  
Pharmacienne-proprétaire,  
SDM/Pharmaprix

« En tant que pharmacienne-proprétaire et chef de l'équipe de la pharmacie, je constate que nous faisons une grande différence dans la vie de nos patients. Nous ne nous contentons pas de préparer les ordonnances : nous révisons la médication des patients, nous les aidons à gérer leurs maladies chroniques et nous leur offrons de précieux conseils en matière de nutrition et de mode de vie. Ainsi, nos patients se portent mieux, et le système de santé aussi. »

## Santé et bien-être

La raison d'être de Loblaw est d'aider les Canadiens à *profiter pleinement de la vie*. Si rien n'est fait pour les alléger, les coûts associés aux maladies chroniques exerceront une immense pression sur notre système de santé. Plus que jamais, il est important d'offrir des produits de soins de santé et des services de pharmacie à la fois accessibles et de grande qualité.

Avec l'acquisition de SDM/Pharmaprix, nous pouvons encore plus solidement établir notre position de destination par excellence des Canadiens en matière de santé, de bien-être et de nutrition grâce à notre offre encore plus percutante alliant variété, service et valeur dans plus de 2 400 établissements situés dans les communautés où nos clients vivent et travaillent.

**1 797** pharmacies  
partout au Canada.

Guide-étoiles<sup>MD</sup>



Le système de classement des aliments Guide-étoiles est déployé dans 788 magasins de Loblaw.



## Priorités en matière de RSE | Santé et bien-être

## Services de santé

Les pharmaciens de Loblaw et de SDM/Pharmaprix partagent la même passion : améliorer la santé des Canadiens. Ils préparent les ordonnances, aident les clients à surveiller et à gérer leurs maladies chroniques, et offrent de plus en plus de services de santé (p. ex., révision de la médication, conseils sur les médicaments et vaccination contre la grippe). Ainsi, ils améliorent la vie des patients, réduisent les coûts et participent à la pérennité du système de santé.

En 2014, SDM/Pharmaprix a mené une campagne encourageant les personnes âgées ou atteintes d'une maladie chronique à rencontrer leur pharmacien pour une révision de leur médication. Le rapport sur les solutions durables\*, préparé par SDM/Pharmaprix et la Canadian Association of Retired Persons (CARP), a démontré à quel point il est important d'améliorer

l'accès à ces révisions, car bon nombre de personnes âgées doivent prendre plusieurs médicaments en même temps afin de traiter leurs différentes maladies. D'ailleurs, un nouveau sondage auprès des membres de la CARP a révélé que le tiers des répondants prennent de quatre à cinq médicaments à la fois. Ces données sont inquiétantes, car la prise de plusieurs médicaments peut accroître les risques d'effets ou d'interactions indésirables, de mauvais dosage et de non-respect des ordonnances. Durant les révisions, les pharmaciens passent en revue les médicaments des clients et leur expliquent comment bien les prendre et éviter les effets secondaires.

Outre ces révisions de la médication, nos pharmacies offrent un suivi de la pression artérielle, des évaluations du risque de maladies cardiovasculaires ou de diabète, et des programmes de gestion des allergies alimentaires, conjointement

avec l'Association canadienne du diabète, Hypertension Canada et Anaphylaxie Canada. Les pharmaciens et les diététistes de Loblaw ont également collaboré avec Ostéoporose Canada pour sensibiliser les clients à la santé des os, leur fournir des conseils et leur offrir des évaluations de la santé de leurs os.

Avec l'acquisition de SDM/Pharmaprix, notre réseau de magasins compte maintenant plus de 1 700 pharmacies. Notre réseau évolue, alors que nos établissements deviennent de réels centres communautaires en matière de santé et de bien-être. En plus des 159 cliniques Mode vision et des 64 diététistes que nous comptons en magasin, nous collaborons avec 137 cliniques médicales, 49 centres GoodLife Fitness et trois centres Énergie Cardio au Québec.



**1 065 412**  
vaccins contre la grippe  
ont été administrés par les  
pharmaciens de Loblaw et de  
SDM/Pharmaprix.

\* *BC Medical Journal*, consulté le 9 mai 2014  
(en anglais seulement).  
[www.bcmj.org/blog/how-do-you-solve-problem-medication-non-adherence](http://www.bcmj.org/blog/how-do-you-solve-problem-medication-non-adherence)



**64** diététistes  
renseignent et aident les  
clients dans 159 des magasins  
de Loblaw.

### Nos diététistes

Nos diététistes en magasin sensibilisent la clientèle et l'aident à choisir des aliments sains. En 2014, nous avons embauché 19 diététistes dans nos magasins de l'Atlantique, pour un total de 64 diététistes œuvrant dans 159 des magasins de Loblaw. Tout au long de l'année, ils ont tenu de nombreuses activités :

- ✓ Consultations individuelles avec les clients
- ✓ Conseils de nutrition en magasin
- ✓ Visites guidées en magasin pour groupes scolaires
- ✓ Dégustations
- ✓ Conseils de nutrition par téléphone et par courriel
- ✓ Activités communautaires

Priorités en matière de RSE | Santé et bien-être

### Aliments de qualité

Notre engagement envers la saine alimentation transparait en particulier dans nos rayons des produits frais et Soins naturels. En effet, Loblaw propose un éventail toujours croissant de produits biologiques, de fruits et légumes, de viandes et de produits laitiers. En outre, elle consacre beaucoup d'efforts à l'amélioration du profil nutritif de ses produits de marques contrôlées.

#### SANS ÉDULCORANTS ARTIFICIELS

Nous prévoyons toujours atteindre notre objectif pour 2015 visant à remplacer les édulcorants artificiels comme l'acésulfame-K, l'aspartame et le sucralose dans les produits *le Choix du Président* par du stevia, une substance au goût jusqu'à 300 fois plus sucré que le sucre lui-même. En 2013, nous avons procédé à ce changement pour tous les produits *PC Menu bleu*.

#### SANS COLORANTS NI ARÔMES ARTIFICIELS

En 2014, nous avons rempli notre promesse et retiré tous les colorants et les arômes artificiels de tous les produits *le Choix du Président*. Bien qu'ils soient autorisés au Canada, les colorants artificiels, comme la tartrazine et le rouge citron n° 2\*, préoccupent les Canadiens, car certaines études suggèrent qu'ils pourraient être liés à des troubles comme l'hyperactivité chez les enfants.

Désormais, les produits *le Choix du Président* contiennent uniquement des arômes et des colorants provenant de la nature, ou des colorants conçus de manière à reproduire ceux provenant de la nature\*\*. Dans tous les cas, les arômes et les colorants sont traités pour en assurer la salubrité, la qualité et la pureté. Nous sommes fiers d'avoir travaillé si fort pour atteindre notre objectif, qui nous donne de nouvelles bases pour mobiliser les fournisseurs et le gouvernement, et qui nous permettra de mieux informer et servir les Canadiens en quête de produits provenant de sources plus naturelles.

#### RÉDUCTION DU TAUX DE SODIUM

Depuis 2010, nous avons retiré 186 177 kilogrammes\*\*\* de sodium de 650 produits *le Choix du Président* et *sans nom*. Pour ce faire, nous avons évalué nos produits de marques contrôlées en fonction des recommandations de Santé Canada quant à la réduction de la teneur en sodium. Nous avons ensuite identifié ceux dont la teneur en sodium devait être réduite pour respecter ces recommandations, tout en s'assurant que le produit puisse être utilisé de la même manière et en préservant la sécurité alimentaire et le goût auquel les clients s'attendent.

En 2014, nous avons élaboré 217 nouveaux produits de marques contrôlées conformes aux recommandations émises par Santé Canada concernant la réduction de la teneur en sodium. Nous avons également dévoilé un plan accéléré pour réduire de 20 %, en moyenne, la teneur en sodium de 400 produits *le Choix du Président* d'ici la fin de 2015.

**186 177 kg**  
de sodium retirés de 650 produits de marques contrôlées depuis 2010.

\* Le Canada permet l'utilisation de dix colorants synthétiques qu'on ne retrouve pas dans la nature. Les produits *le Choix du Président* n'en contiennent aucun.

\*\* Il est parfois difficile d'utiliser des arômes et des colorants naturels dans les produits préparés du commerce, car ces ingrédients peuvent être instables ou impurs. Aux fins d'assurance qualité, ils font l'objet d'un traitement (p. ex., extraction ou distillation).

\*\*\* Comprend les ventes à l'unité.

### Guide-étoiles<sup>MD</sup>

Guide-étoiles est un système de classement qui évalue les produits selon leur valeur nutritionnelle et leur attribue jusqu'à trois étoiles. Ainsi, il est facile et rapide pour les clients de faire des choix alimentaires sains lorsqu'ils font leur épicerie. Loblaw est le seul détaillant canadien à offrir Guide-étoiles. Depuis son lancement en 2011, le programme a été déployé dans 788 magasins de Loblaw partout au pays.

Alors que nous déployons le programme dans davantage de magasins, nous collaborons avec nos fournisseurs pour que toujours plus de produits soient évalués au moyen de l'algorithme de Guide-étoiles. Lors de l'évaluation, les aliments reçoivent des points pour les vitamines, minéraux, fibres alimentaires, grains entiers et oméga-3 qu'ils contiennent et en perdent pour les gras trans et saturés ainsi que le sodium et les sucres ajoutés. Jusqu'à présent, plus de 50 000 produits ont été évalués dans l'ensemble des catégories alimentaires.

« Au cours des dernières années, le gouvernement du Canada a pris position par rapport à la consommation de sodium. Il a établi des cibles de réduction volontaires pour l'industrie, tout en reconnaissant que l'atteinte de ces cibles amènerait son lot de défis. Nous applaudissons cette initiative du gouvernement, et nous tenons à être un chef de file en la matière. »

**Galen G. Weston**, président du Conseil et président, Les Compagnies Loblaw limitée



**AKLIMA NIPA**

Gérante, Conformité à l'étranger,  
Bangladesh,  
Les Compagnies Loblaw limitée

« Je travaille de concert avec les usines du Bangladesh. Une fois leur évaluation en matière de sécurité et de prévention des incendies complétée, je les aide et je veille à ce que leur plan d'action soit conforme. Notre objectif est de faire en sorte que ces usines deviennent à la fois plus sécuritaires et plus rentables. »

## Approvisionnement durable

Au Canada comme ailleurs dans le monde, les changements climatiques, la croissance de la population et l'activité humaine exercent énormément de pression sur les terres, les réserves d'eau et la biodiversité. En optant pour des sources d'approvisionnement durable, nous voulons favoriser la conservation de ces ressources et réduire l'empreinte sociale, économique et environnementale de notre chaîne d'approvisionnement.

Nous adaptons sans cesse nos stratégies et nos processus pour répondre aux attentes changeantes des clients, aux exigences réglementaires, à l'émergence de nouveaux risques ainsi qu'aux possibilités qui se présentent. Nos engagements entraînent des changements concrets au sein de l'industrie du commerce de détail, et nous prenons cette responsabilité très au sérieux.

Adhésion au conseil  
exécutif de la Table  
ronde canadienne  
sur le bœuf durable.

**159**

produits certifiés par  
le Marine Stewardship  
Council (MSC)

offerts dans nos magasins,  
soit plus que tout autre  
détaillant au Canada.



## Priorités en matière de RSE | Approvisionnement durable

## Approvisionnement à l'étranger

Loblaw a posé des gestes concrets à la suite de l'effondrement du complexe Rana Plaza de Savar, au Bangladesh, en 2013. Nous avons notamment consacré 5 millions de dollars aux opérations de secours et haussé nos normes d'évaluation de la sécurité des édifices et de la prévention des incendies dans les usines fabriquant nos produits. Nous avons aussi été la première entreprise canadienne à signer l'entente relative à la sécurité des édifices et à la prévention des incendies au Bangladesh, en 2013, en vertu de laquelle nous sommes légalement astreints à veiller à l'inspection et à l'amélioration des usines.

En 2014, nous avons étendu les évaluations de la sécurité des édifices et de la prévention des incendies à nos usines situées en Thaïlande, au Cambodge, au Sri Lanka, au Vietnam et en Inde. Dans ces pays, nous ne signons aucune nouvelle entente avec les usines qui n'ont pas été évaluées. Ces évaluations ont entre autres eu pour effet de permettre aux gestionnaires et employés de ces usines de bénéficier d'une formation en sécurité des édifices et en prévention des incendies, payée par Loblaw. Cette formation porte sur les protocoles et processus de sécurité-incendie, notamment l'entretien des sorties de secours, les procédures d'évacuation et l'utilisation d'un extincteur.

Nous avons continué à surveiller et à évaluer tous nos fournisseurs à l'étranger au moyen de la norme Workplace Conditions Assessment (WCA), reconnue mondialement, et de notre propre Code de conduite. Les vérifications WCA portent sur la nature du travail, les salaires, les heures de travail, la santé et la sécurité, ainsi que l'environnement physique. Si un fournisseur ne respecte pas la norme WCA, ou celles de Loblaw, nous fixons un échéancier afin qu'il apporte les améliorations nécessaires. S'il ne se conforme pas, nous mettons fin à notre entente avec lui.

En outre, la chaîne d'approvisionnement de Loblaw a formé une équipe de responsables des vérifications de la conformité au Bangladesh, en Thaïlande, au Cambodge, au Sri Lanka, au Vietnam et en Inde. Chaque membre de l'équipe est chargé de superviser les vérifications WCA et les évaluations de la sécurité des édifices et de la prévention des incendies dans leur région.

Par ailleurs, en collaboration avec notre fournisseur de services logistiques mondiaux, nous avons mis de l'avant une initiative visant à faire en sorte que nous n'acceptons que les livraisons de produits en provenance d'usines approuvées par Loblaw. À chaque port d'origine situé à l'extérieur du Canada ou des États-Unis, notre partenaire logistique vérifie que le nom du fournisseur et l'adresse de l'usine de provenance figurent bien sur notre liste d'usines et de fournisseurs approuvés, qui est mise à jour chaque semaine.



## Sécurité des aliments

Nous voulons que nos clients aient l'assurance que les produits qu'ils se procurent chez nous sont sécuritaires et correspondent à leurs attentes. À cette fin, en 2014, nous avons revu nos programmes de tests des produits et de vérification de l'étiquetage nutritionnel. Ces programmes visent à s'assurer que les produits de marques contrôlées de Loblaw respectent systématiquement les normes, tant au chapitre de la réglementation que de la qualité et la salubrité.

Dans le cadre du programme de tests des produits, tous les produits alimentaires doivent être testés au moment de leur lancement, puis une autre fois annuellement, dans un laboratoire externe. Sont alors vérifiés l'étiquetage, les caractéristiques du produit et l'exactitude des renseignements indiqués sur l'emballage. Quant au programme de vérification de l'étiquetage nutritionnel, il prévoit que chaque produit soit analysé au moins tous les deux ans pour vérifier l'exactitude du tableau de la valeur nutritive et des renseignements indiqués sur l'emballage.

## Priorités en matière de RSE | Approvisionnement durable

## Stratégie d'approvisionnement durable

Notre stratégie d'approvisionnement a pour objet d'assurer le respect des principes de durabilité tout au long de notre chaîne d'approvisionnement et de proposer des produits qui correspondent aux valeurs de nos clients. Nos produits de marques contrôlées sont souvent les premiers visés et ouvrent la voie à d'autres changements.

« J'aimerais remercier Loblaw pour son soutien et son engagement quant aux produits de la mer certifiés par l'ASC. En offrant du saumon certifié par l'ASC, Loblaw permet à ses clients de découvrir et d'encourager l'élevage responsable, en plus de contribuer au développement de l'aquaculture durable. Il s'agit là d'un progrès important pour Loblaw, pour l'ASC et, tout particulièrement, pour les consommateurs de l'Amérique du Nord. »

**Chris Nannes**, président-directeur général, Aquaculture Stewardship Council

\* Ces données ne comprennent pas les magasins T&T Supermarkets et Real Canadian Wholesale Club, ainsi que certains magasins franchisés.



### PRODUITS DE LA MER

Dans le cadre de notre engagement en matière d'approvisionnement en produits de la mer durables, nous mettons régulièrement en marché de nouveaux produits de la mer durables. En 2014, Loblaw a été le premier détaillant en alimentation en Amérique du Nord à offrir du saumon de l'Atlantique certifié par l'Aquaculture Stewardship Council (ASC). Les produits certifiés par l'ASC proviennent d'élevages gérés de manière responsable, dans le but de minimiser les effets néfastes sur l'environnement.

En 2014, nous avons poursuivi l'évaluation de toutes les espèces et tous les stocks par rapport à notre cadre en matière d'approvisionnement en produits de la mer. À la fin de l'exercice, 93 %\* des produits de la mer offerts dans nos principales

catégories (produits surgelés, frais, en conserve et d'épicerie surgelés) provenaient de sources entièrement certifiées, de sources acceptables sous certaines conditions ou de fournisseurs ayant fait d'importants progrès en matière de durabilité.

Nous continuons à collaborer avec les fournisseurs pour offrir davantage de produits de la mer durables et pour sensibiliser les clients à l'importance d'acheter des produits qui arborent l'écolabel de l'ASC ou du Marine Stewardship Council (MSC). Des campagnes comme Océans pour demain sont utiles en ce sens. Cependant, il reste encore du travail à faire pour faire prendre conscience aux clients des gestes qu'ils peuvent poser afin de préserver les océans pour les générations futures.

### HUILE DE PALME

L'huile de palme entre dans la composition de plusieurs produits d'usage courant. Toutefois, la demande en huile de palme et ses dérivés contribue à la dégradation de l'environnement et suscite des préoccupations d'ordre social dans les régions où elle est produite.

Nous nous engageons à soutenir la production durable de l'huile de palme contenue dans nos produits de marques contrôlées en

poursuivant nos efforts quant à l'adoption des modèles d'approvisionnement de la Table ronde sur l'huile de palme durable, y compris l'achat de certificats GreenPalm. Si d'autres ont pris le même engagement, le nôtre est considérable compte tenu de notre envergure.

Nous avons répertorié l'ensemble de nos produits alimentaires de marques contrôlées contenant de l'huile de palme. Cet exercice nous a permis de constater que plus de 100 fournisseurs fabriquent plus de



### BŒUF

Représentant l'industrie du commerce de détail, Loblaw siège au sein du conseil exécutif de la nouvelle Table ronde canadienne sur le bœuf durable (Canadian Roundtable for Sustainable Beef), qui regroupe les différents intervenants de la chaîne de valeur de l'industrie du bœuf. Cette table ronde a pour mission de veiller au maintien de la viabilité économique et environnementale de l'industrie canadienne du bœuf, ainsi que sa responsabilité sociale. Nous avons contribué au financement de la première évaluation nationale de la durabilité de la chaîne d'approvisionnement en bœuf. De plus, nous avons représenté l'industrie du commerce de détail dans le cadre d'un projet pilote, dirigé par McDonald's®, visant la création d'un processus de vérification en matière de bœuf durable.

1 000 produits contenant de l'huile de palme, de palmiste ou leurs dérivés. Pour le volet alimentation, cela représente près de 3 800 tonnes métriques d'huile de palme, dont plus de la moitié sert à la confection de nos produits de boulangerie. Weston Bakeries est donc un partenaire clé dans ce processus. Afin de respecter notre engagement, nous sommes à élaborer avec nos principaux fournisseurs des plans d'action dont le déploiement est prévu en 2015.

Priorités en matière de RSE | Approvisionnement durable

### Nouveaux enjeux

À titre de grand détaillant et de détenteur de quatre des marques contrôlées les plus vendues au pays (*le Choix du Président, Life Brand, sans nom et Joe Fresh*), nous faisons souvent face à de nouveaux enjeux, qui touchent les valeurs et comportements des consommateurs. Nous devons étudier ces enjeux et veiller à ce que nos marques contrôlées reflètent les préoccupations des clients. Voici notre position par rapport à trois nouveaux enjeux :

#### ORGANISMES GÉNÉTIQUEMENT MODIFIÉS (OGM)

Chez Loblaw, nous avons à cœur d'aider les consommateurs à offrir à leur famille des aliments qui respectent leurs standards personnels. Nous savons qu'ils se questionnent beaucoup sur la nourriture, notamment en ce qui a trait à la nutrition, aux méthodes de production et aux ingrédients. Parmi leurs préoccupations, on retrouve les organismes génétiquement modifiés (OGM) et les ingrédients issus du génie génétique.

Divers produits contenant des OGM et des ingrédients issus du génie génétique sont offerts par Loblaw et d'autres détaillants en alimentation canadiens. Le gouvernement du Canada, par l'entremise de Santé Canada, a déterminé que ces produits sont sécuritaires, en s'appuyant sur plusieurs études scientifiques. Cependant, certains croient que ces études ne peuvent pas prévoir les effets à long terme de la consommation d'aliments contenant des OGM, qui font partie de l'alimentation de l'être humain depuis des décennies.

Nous comprenons que certains consommateurs préfèrent éviter de consommer des aliments contenant des

ingrédients issus du génie génétique. Loblaw leur propose donc une large gamme de produits biologiques.

Puisque ce sujet demeure sensible pour certains consommateurs, nous resterons au fait des développements en ce qui a trait aux OGM et aux ingrédients issus du génie génétique, et nous continuerons à proposer des choix pertinents.

Nous avons aussi mis en place un groupe de travail interne, qui rencontre des experts de l'industrie, nous conseille et nous informe sur le sujet.

#### PROTECTION DES INSECTES POLLINISATEURS

Nous collaborons avec des intervenants externes afin de trouver une solution à l'importante question de la santé des insectes pollinisateurs. En 2014, nous avons demandé au professeur Nigel Raine, expert de renommée mondiale, de nous conseiller quant au rôle que Loblaw, à titre de détaillant, peut jouer dans la réduction des risques pour les insectes pollinisateurs.

En collaboration avec nos producteurs agricoles, nous avons effectué des recherches sur les produits et traitements de substitution. Nous avons également envisagé un programme d'étiquetage en réponse à la sensibilisation croissante des consommateurs sur cette question. Tous ces projets comportent des défis, dont le risque constant de contamination croisée à plusieurs étapes de notre chaîne d'approvisionnement. Nous continuons à travailler avec nos fournisseurs et différents experts pour parvenir à un consensus sur la manière de s'attaquer, ensemble, à ce défi.

#### SUBSTANCES CHIMIQUES

Les consommateurs se préoccupent de plus en plus de l'effet sur leur santé et leur bien-être de la présence de certaines substances chimiques dans les produits d'entretien ménager et de santé et beauté. Nous avons donc entamé l'élaboration d'un plan d'action pour nos marques contrôlées. Il y a deux ans, SDM/Pharmaprix s'est engagée à éliminer le phtalate de dibutyle de ses cosmétiques et de ses produits de soins personnels de marques contrôlées.

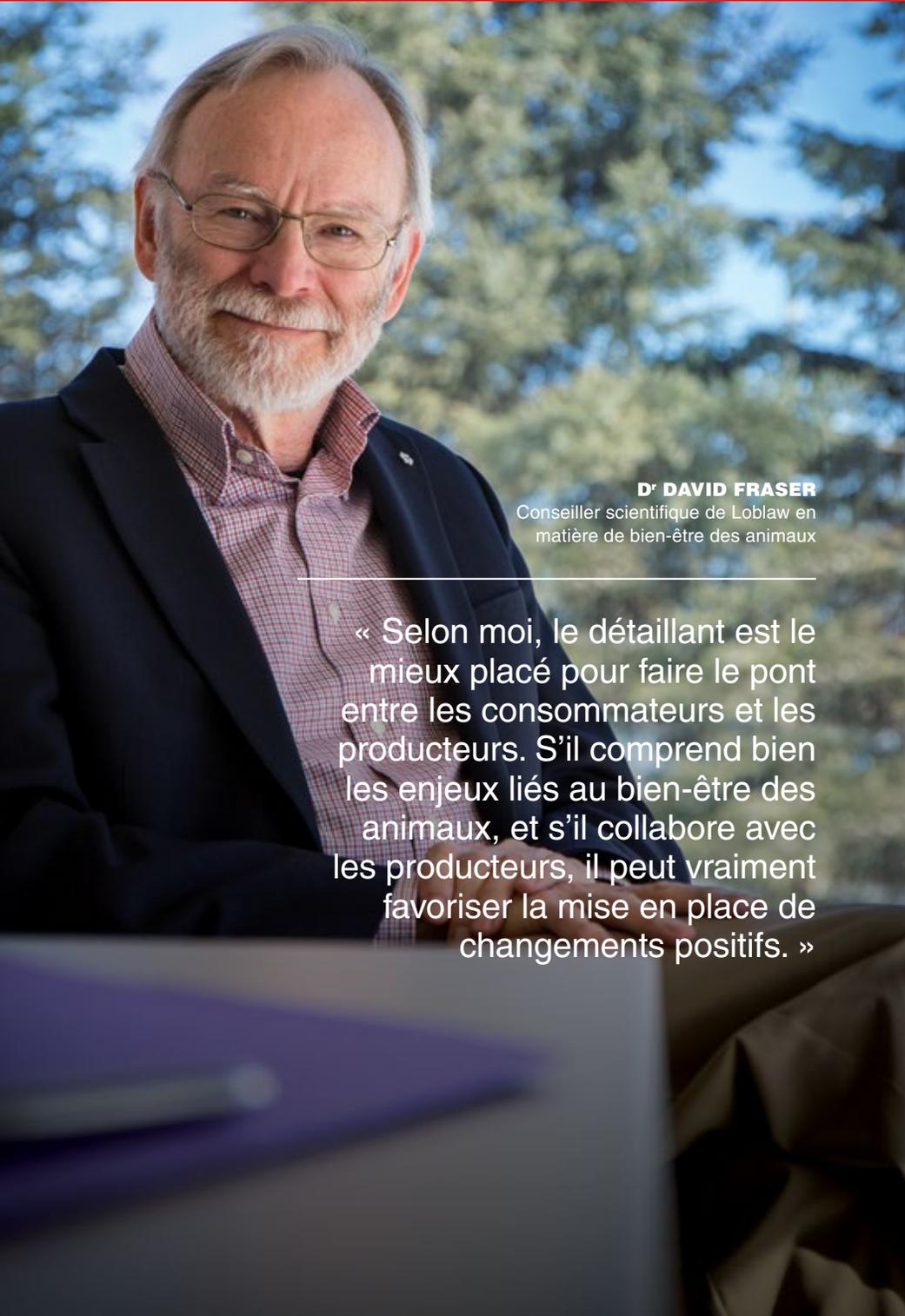


**La toute première gamme de soins pour la peau Joe Fresh a été lancée en 2014. Conçue et fabriquée au Canada, elle est exempte de parabènes, de sulfates et de parfums de synthèse. De plus, ces produits ne sont pas testés sur les animaux.**



### D'abord au Canada

Dans le cadre de notre stratégie d'achat D'abord au Canada, 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. Avec la campagne phare *C'est de chez nous*, nous faisons la promotion de la variété de fruits et légumes cultivés au Canada. Durant la campagne, qui se tient au plus fort de la saison des récoltes, plus de 40 % des fruits et légumes offerts dans nos magasins sont cultivés ici. En 2014, plusieurs de nos magasins ont aussi mené une campagne semblable pour les fromages, les produits de boulangerie, les viandes, les produits de la mer et certains produits d'épicerie provenant de producteurs et d'artisans canadiens. Tant la circularité que l'affichage en magasin mettaient de l'avant un produit « Cuit chez nous », « Élevé chez nous », « Vieilli chez nous » ou « Récolté chez nous ».

**Dr DAVID FRASER**

Conseiller scientifique de Loblaw en matière de bien-être des animaux

« Selon moi, le détaillant est le mieux placé pour faire le pont entre les consommateurs et les producteurs. S'il comprend bien les enjeux liés au bien-être des animaux, et s'il collabore avec les producteurs, il peut vraiment favoriser la mise en place de changements positifs. »

## Bien-être des animaux

Loblaw est l'un des plus importants acheteurs et vendeurs de viande, de volaille, d'œufs et de produits laitiers au pays. En faisant la promotion des meilleures pratiques et en collaborant avec les fournisseurs et les intervenants de l'industrie pour favoriser le traitement éthique des animaux utilisés pour la fabrication de nos produits, nous pouvons en préserver la qualité et la salubrité, tout en soutenant l'instauration de meilleures pratiques au sein de notre chaîne d'approvisionnement.

Dans le cadre de nos efforts associés au bien-être des animaux, nous collaborons avec nos partenaires de l'industrie, nous sollicitons l'avis d'experts et nous établissons des objectifs ainsi que des plans d'action. Nous travaillerons de concert avec des fournisseurs clés pour mesurer nos progrès et identifier des solutions aux enjeux.

### Stabulation libre pour les veaux

2018 : Date cible pour un approvisionnement en veau frais exclusivement auprès d'éleveurs ayant adopté un système de stabulation libre.

### Stabulation libre pour les porcs

2022 : Date cible pour un approvisionnement en porc frais exclusivement auprès d'éleveurs ayant adopté un système de stabulation libre.



Priorités en matière de RSE | Bien-être des animaux

### Engagement envers la mise en place de changements positifs

Chez Loblaw, les produits provenant d'animaux offerts dans nos magasins se doivent d'être sécuritaires, de qualité et fabriqués de manière respectueuse. Toutefois, nous sommes conscients que le fait d'exiger des changements en matière d'élevage des animaux aura des répercussions majeures sur la chaîne d'approvisionnement. Nous devons donc tenir compte du bien-être des animaux sans oublier l'incidence économique des nouvelles normes imposées aux producteurs. En collaborant avec nos partenaires de l'industrie, des experts en bien-être des animaux, des producteurs et les gouvernements, nous espérons pouvoir en arriver à la meilleure solution possible.



#### VEAU

En 2013, Loblaw a annoncé que d'ici 2018, elle s'approvisionnerait en veau frais exclusivement auprès de fournisseurs ayant adopté un système de stabulation libre, car cette pratique permet aux veaux de se déplacer plus librement. Nous avons demandé à nos fournisseurs de veau de nous présenter des mises à jour annuelles quant à leur progression à cet égard.

#### PORC

En 2013, Loblaw a annoncé que d'ici la fin de 2022, elle s'approvisionnerait en porc frais exclusivement auprès de fournisseurs ayant adopté un système de stabulation libre, car cette pratique permet aux porcs de se déplacer plus librement. Dans le cadre de leurs efforts visant le respect de ces

exigences, les fournisseurs de porc doivent nous présenter des mises à jour annuelles quant à leur progression à cet égard.

#### POULES PONDEUSES

Nous travaillons avec nos fournisseurs pour que les œufs de notre gamme *PC Menu bleu* proviennent exclusivement de poules élevées en liberté. Ces poules sont élevées à l'abri des intempéries dans des poulaillers à aire ouverte, où elles peuvent bouger, se nourrir, se percher et nicher. À ce jour, tous nos œufs *PC* et *PC Biologique* proviennent de poules élevées en liberté. Nous avons commencé à proposer des œufs bruns oméga-3 *PC Menu bleu* provenant de poules élevées en liberté dans certains magasins de l'Ontario en 2014. Ce produit sera offert dans d'autres régions en 2015.

### D<sup>r</sup> David Fraser

En 2014, Loblaw a retenu les services du D<sup>r</sup> David Fraser à titre de conseiller scientifique en matière de bien-être des animaux. Le D<sup>r</sup> Fraser a déjà joué ce rôle pour les secteurs du commerce de détail et de la restauration aux États-Unis, ainsi que pour l'Organisation mondiale de la santé animale. Il est également membre du Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage du Canada. En 2008, le D<sup>r</sup> Fraser présidait la consultation des experts sur le bien-être des animaux de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

En 2005, le D<sup>r</sup> Fraser a reçu l'Ordre du Canada pour son travail de « pionner dans le domaine du bien-être des animaux ». Son travail a mené à des innovations en matière de stabulation et de gestion des animaux, comme l'amélioration de la conception des porcheries ou la réduction des collisions impliquant des animaux sur les autoroutes.

À titre de conseiller scientifique de Loblaw, le D<sup>r</sup> Fraser effectuera de la recherche, offrira son avis d'expert et des conseils scientifiques, et nous aidera à nous assurer que nos engagements respectent les normes et les meilleures pratiques en matière de bien-être des animaux.

« Les consommateurs canadiens ont le bien-être des animaux de plus en plus à cœur. Pour nous, il figure au haut de notre liste de priorités. »

**Galen G. Weston**, président du Conseil et président, Les Compagnies Loblaw limitée



**SANTIAGO HOLGUIN**  
Chauffeur, Second Harvest

« Je suis très fier de récupérer de la nourriture qui aurait été jetée sinon et de l'apporter à des gens qui en ont besoin. Pour que notre programme de récupération des aliments continue, nous devons pouvoir compter sur la collaboration de partenaires comme Loblaw, qui aiment la nourriture et ne veulent pas qu'elle soit gaspillée. »

## Matières résiduelles et emballages

La réduction des matières résiduelles est l'une de nos priorités. En 2007, nous avons agi concrètement en instaurant un programme de facturation des sacs en plastique afin d'en réduire l'utilisation. Depuis, nous avons posé une série d'autres gestes, dans le but ultime d'éliminer complètement les matières résiduelles. Toutefois, lorsque nos activités en génèrent, nous nous efforçons de leur trouver une utilité. Nous évaluons actuellement nos programmes de valorisation des matières résiduelles et cherchons de nouvelles avenues qui nous permettront de faire des progrès significatifs.

**1 047 tonnes métriques**  
de produits périssables ont été données à des banques alimentaires locales et à des programmes de récupération des aliments.

**7,3 milliards**   
de sacs en plastique ont été éliminés depuis 2007.

## Priorités en matière de RSE | Matières résiduelles et emballages

## Réduire, réutiliser, recycler et récupérer

Ces dernières années, Loblaw a fait d'importants progrès en matière de réduction et de valorisation des matières résiduelles. Nous sommes tout particulièrement fiers de l'expansion de notre programme de récupération des aliments. Dans le cadre de ce programme, auquel 166 magasins de Loblaw participent, nous donnons des produits périssables, qui sont à la fois nutritifs et propres à la consommation, à des banques alimentaires locales de tout le pays ainsi qu'au programme de récupération des aliments de Second Harvest dans la région du grand Toronto.

Nous nous efforçons de faire en sorte que la réduction des matières résiduelles fasse partie intégrante de nos pratiques courantes. Ainsi, en facturant les sacs en plastique et en encourageant les clients à utiliser des sacs et des bacs réutilisables, nous avons évité la distribution de 7,3 milliards de sacs en plastique dans nos magasins depuis 2007. En 2014, notre siège social a aussi réussi à réduire de 18 % sa consommation de papier.

En 2014, nous avons demandé au Conseil du recyclage de l'Ontario d'effectuer une analyse des matières résiduelles générées dans nos établissements, en vue d'identifier et d'établir des pratiques exemplaires. L'analyse portait sur nos programmes de recyclage et de valorisation, sur la classification des déchets, sur la divulgation de la performance et sur la caractérisation des matières. Au vu des résultats, nous avons réévalué les procédés de traitement chimique des déchets, et nous n'incluons plus ce type de valorisation dans notre performance en matière de réacheminement. Nous avons également revu la manière de faire état de notre performance pour des considérations de transparence et d'imputabilité quant à nos futures allégations.

Nous continuons à mettre en place des programmes de réduction des matières résiduelles. Notre soutien envers les programmes

de réacheminement des matières résiduelles organiques et le remplacement des boîtes en carton ondulé par des contenants en plastique en sont deux exemples probants.

Des programmes de réacheminement des matières résiduelles sont en place dans tous les établissements détenus par Loblaw. Cependant, certains d'entre eux sont plus exhaustifs en raison de l'emplacement des établissements et des infrastructures disponibles. Parmi ces programmes, on retrouve :



### Lutter contre la faim

Les aliments nutritifs en trop, toujours propres à la consommation, sont donnés à des banques alimentaires, à des soupes populaires et à des refuges.



### Nourrir les animaux

Les matières résiduelles des produits de boulangerie sont converties en moulée pour animaux à base de grains.



### Recyclage

Des programmes sont en place pour le plastique, le papier, le carton, le carton ciré, les palettes en bois, le métal, les appareils électroniques, etc.



### Compostage

Les matières résiduelles organiques sont converties en fertilisant par des agriculteurs ou des entreprises spécialisées locales.



### Utilisation industrielle

Les huiles et les gras des effluents sont convertis en biodiesel.



### Production d'énergie

Les matières résiduelles organiques et les gras des effluents sont convertis en électricité.

## Gaspillage alimentaire

Nos clients se disent préoccupés par le gaspillage alimentaire. Or nous sommes du même avis. Au Canada, on estime que le gaspillage alimentaire représente 31 milliards de dollars\*. Nous considérons qu'il est de notre devoir d'éliminer les matières résiduelles le plus possible, tant dans nos magasins qu'au sein de notre chaîne d'approvisionnement. Nous avons d'ailleurs commencé à modifier nos produits, nos processus et nos emballages en ce sens.

### À LA SOURCE

Pour que nos produits demeurent frais plus longtemps, nous avons recours à de nouveaux emballages et offrons de la viande emballée sous vide. Nous avons aussi pris des mesures concrètes pour raccourcir les étapes au sein de notre chaîne d'approvisionnement avec notre programme *De la ferme à l'assiette*, qui permet notamment aux camions de livraison de se rendre à un point de ramassage unique dans les régions agricoles.

### EN MAGASIN

Notre processus d'approvisionnement des magasins en produits frais est de plus en plus sophistiqué. Pour livrer les quantités appropriées au bon moment, nous devons bien connaître les tendances d'achat et les prévisions météorologiques. Nous offrons également une formation en manipulation des aliments à nos collègues et à nos employés.

\* "\$27 Billion" Revisited – *The Cost of Canada's Annual Food Waste*, Value Chain Management Centre, décembre 2014.

## Service de collecte et d'élimination des déchets médicaux

SDM/Pharmaprix propose aux clients une solution efficace pour la gestion des produits pharmaceutiques et en vente libre périmés, des seringues et des objets pointus et tranchants. Les clients peuvent les rapporter à leur magasin SDM/Pharmaprix, qui veille à ce qu'ils soient incinérés en toute sécurité, évitant ainsi les risques pour la santé des patients et la contamination des flux de matières résiduelles. En 2014, 191 136 kilogrammes de médicaments inutilisés ou périmés et 154 145 kilogrammes de seringues et d'objets pointus et tranchants ont été traités grâce à ce service.

Les pharmacies de Loblaw proposent des services similaires partout au pays.



## Priorités en matière de RSE | Matières résiduelles et emballages

## Emballages

Ces dernières années, nous avons amélioré les emballages de nos produits de marques contrôlées en réduisant leur poids, en utilisant des matières renouvelables ou recyclées postconsommation, et en s'assurant que les emballages sont recyclables ou réutilisables.

Notre objectif, fixé en 2009, est de réduire les emballages de nos produits de marques contrôlées de 5 % (soit 11 800 000 kg) d'ici la fin de 2015. Toutefois, nous progressons lentement. À la fin de l'exercice, nous avions atteint à peine 38 %\* de notre objectif. Il est maintenant clair que l'amélioration des emballages exige que les fabricants, les instances gouvernementales locales et le secteur de la gestion des matières résiduelles travaillent de concert et prennent conscience qu'ils gagneraient à investir temps, énergie et argent dans ce projet. Quant aux clients, ils doivent eux aussi consentir à modifier leurs attentes et leurs comportements.

\* Réduction calculée à partir des ventes annuelles à l'unité.



Parmi les défis rencontrés, mentionnons l'élaboration de nouvelles technologies pour les emballages, le coût des nouveaux appareils et procédés, l'ampleur des changements requis et la nécessité d'assurer la sécurité des aliments.

Néanmoins, nous faisons des avancées. En 2014, en collaboration avec certains fournisseurs, nous avons augmenté la quantité de matières recyclées postconsommation dans nos emballages de fruits et légumes. Parmi les innovations les plus prometteuses, on compte un nouveau format pour les tomates *le Choix du Président*. En 2015, nous prévoyons aussi mettre en marché une cruche d'eau

de 15 litres faite exclusivement de polytétrahydrofur (PET) recyclé postconsommation.

En 2015, nous espérons également lancer des produits dont les emballages non faits à base de fibres contiendront des matières renouvelables, en commençant par les cartouches de café *le Choix du Président*. De concert avec notre fournisseur, Club Coffee, et avec des chercheurs de l'Université de Guelph, nous travaillons à l'élaboration de cartouches compostables, et nous collaborons avec les municipalités pour qu'elles les acceptent dans le cadre de leurs programmes de transformation des matières résiduelles organiques.



## Innovation en matière d'emballages

En 2014, nous avons remplacé le couvercle de l'emballage double coque des tomates *le Choix du Président* par une nouvelle pellicule refermable. Contenant 70 % de matières recyclées postconsommation, ce nouvel emballage entièrement recyclable pèse 28 % de moins que l'ancien. De plus, les clients l'apprécient, puisqu'il leur permet de bien voir le produit et de facilement en refermer le couvercle, préservant ainsi la fraîcheur de leurs tomates.



Loblaw soutient activement la Canadian Stewardship Services Alliance inc. (CSSA). Fondé par un regroupement de grands détaillants et de fabricants, cet organisme national à but non lucratif vise l'optimisation du recyclage. La CSSA veut proposer aux clients des méthodes durables et pratiques de disposer du papier, des emballages et des produits qu'ils utilisent.

[En savoir plus](#)

[www.cssalliance.ca](http://www.cssalliance.ca) (en anglais seulement)

**VISHAL GUPTA**

Coordonnateur principal,  
Développement des magasins,  
Les Compagnies Loblaw limitée

« Les innovations technologiques, notamment en matière d'éclairage, nous offrent de nouvelles façons d'augmenter notre efficacité sur le plan énergétique, et nous n'avons pas tardé à les adopter. Grâce aux nouvelles technologies à DEL, nous réduisons notre consommation d'énergie et les coûts d'entretien tout en améliorant la qualité de l'éclairage. »

## Efficacité énergétique

Les effets des changements climatiques se font sentir dans le monde entier. Nous devons agir collectivement quant à cet enjeu d'ordre planétaire et aux nombreuses répercussions qu'il aura sur les générations futures. Nous tenons à faire notre part, non seulement pour le bien à long terme de notre entreprise mais aussi pour celui de la société et de l'environnement.

Nous nous efforçons donc de réduire nos émissions de gaz à effet de serre en diminuant la consommation d'énergie de nos magasins et de nos centres de distribution, en augmentant l'efficacité de notre flotte de transport et en étendant le recours aux technologies renouvelables, comme les panneaux solaires.

### Modernisation de l'éclairage

achevée dans 221 magasins détenus par la société et huit centres de distribution.

Réduction de **3,2 %**

de la consommation d'électricité des magasins détenus par Loblaw.

Priorités en matière de RSE | Efficacité énergétique

## Éclairage et réfrigération

La majorité de notre consommation d'énergie est attribuable à l'éclairage, à la réfrigération et au chauffage. Nous avons donc effectué d'importants investissements pour améliorer l'efficacité énergétique de nos établissements et ainsi réduire nos émissions de gaz à effet de serre. Au cours des trois dernières années, nous avons déployé de nouvelles technologies d'éclairage et de réfrigération et optimisé le système de gestion de l'énergie dans plusieurs de nos magasins et centres de distribution détenus par la société partout au pays. En 2014, nous avons réduit la consommation d'électricité de nos magasins comparables détenus par la société de 3,2 %, ce qui équivaut à la quantité d'énergie nécessaire pour alimenter environ 5 273 foyers canadiens pendant un an.



Les projets de modernisation réalisés en 2014 comprennent :

- L'ajout de portes verticales aux présentoirs de produits laitiers et surgelés sans portes.
- L'ajout d'éclairage à DEL aux présentoirs de produits surgelés munis de portes.
- L'ajout d'éclairage à DEL dans nos stationnements souterrains et à nos quais de réception et d'expédition.

Près de la moitié de la consommation énergétique d'un supermarché provient des systèmes de réfrigération. C'est pourquoi nous avons investi dans des systèmes à la fine pointe de la technologie et adopté de solides protocoles de détection des fuites. En 2014, nous avons réduit de 6,7 % le volume total des fuites de gaz réfrigérant dans les magasins détenus par la société.

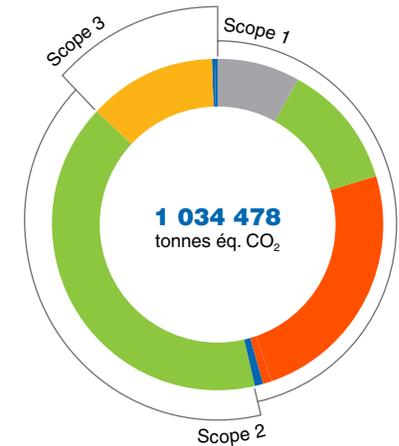


### ÉNERGIE SOLAIRE

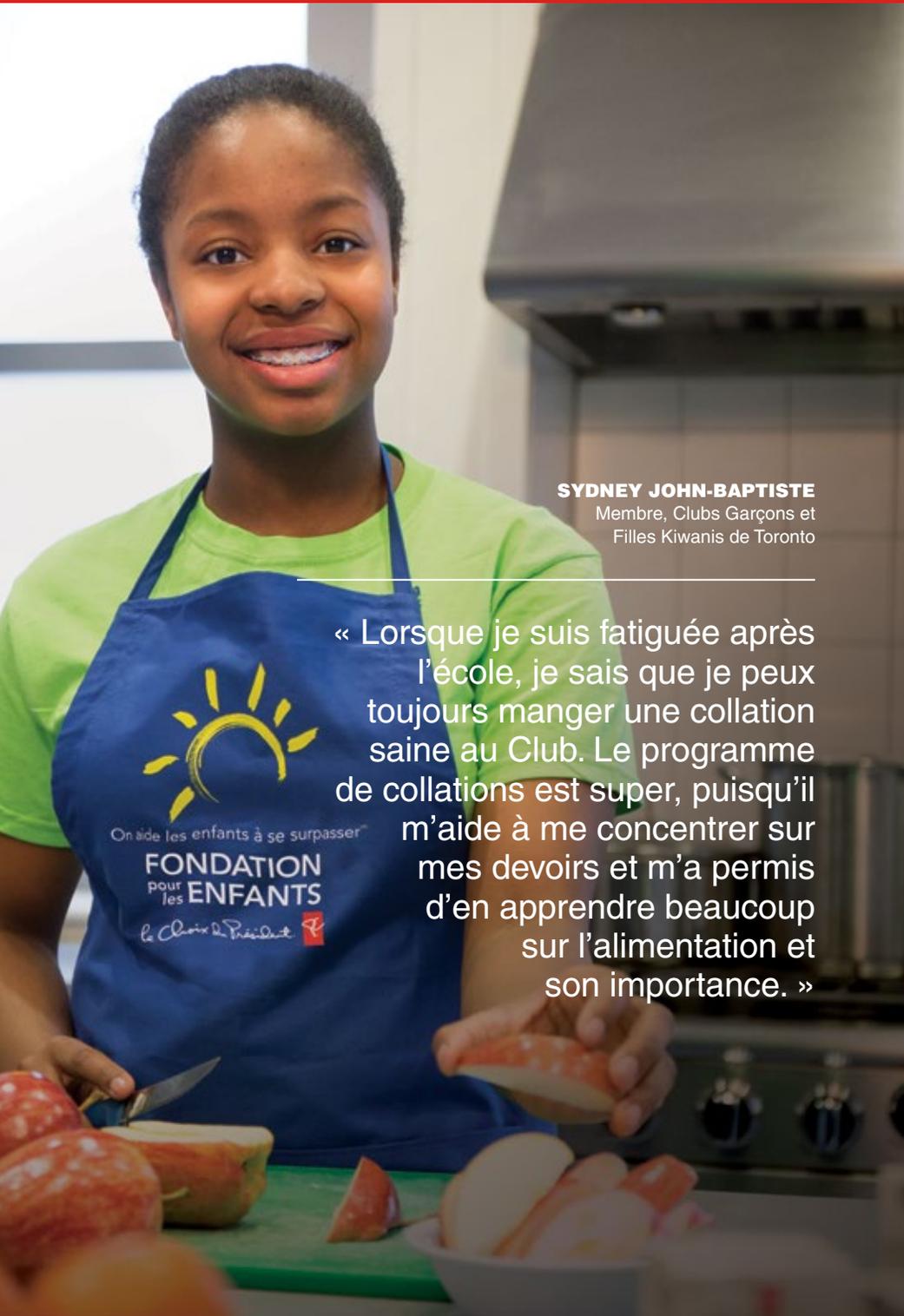
Loblaw est devenue un chef de file canadien en ce qui a trait aux panneaux solaires installés sur les toits. Depuis 2011, 62 installations de panneaux solaires, dont 23 rien qu'en 2014, ont été effectuées en Ontario sur les toits de magasins, de centres de distribution et du siège social de l'entreprise. Au total, 77 672 panneaux ont été installés. Parmi leurs nombreux avantages, les panneaux solaires permettent de réduire la consommation d'électricité nécessaire en période de pointe, notamment lors des journées chaudes et ensoleillées.

## Empreinte carbone

Notre priorité demeure la réduction de l'empreinte carbone de nos activités. En 2014, les émissions de Loblaw s'élevaient à 1 034 478 tonnes équivalent dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>). À titre d'entreprise, la réduction de nos émissions directes (Scope 1) est notre réalisation la plus importante, puisqu'il s'agit du type d'émissions sur lequel nous avons le plus de contrôle. Ces émissions proviennent de la consommation en carburant de notre flotte de transport et en combustible à chauffage de nos établissements, ainsi que de l'utilisation de gaz réfrigérant. Les émissions indirectes sont des émissions de gaz à effet de serre attribuables à notre consommation d'électricité (Scope 2), ou aux matières résiduelles et aux déplacements en avion (Scope 3).



Consommation d'énergie des bâtiments	53 %
Fuites de gaz réfrigérant	25 %
Matières résiduelles	13 %
Carburant utilisé par la flotte de transport	8 %
Déplacements d'affaires	1 %



**SYDNEY JOHN-BAPTISTE**  
Membre, Clubs Garçons et  
Filles Kiwanis de Toronto

« Lorsque je suis fatiguée après l'école, je sais que je peux toujours manger une collation saine au Club. Le programme de collations est super, puisqu'il m'aide à me concentrer sur mes devoirs et m'a permis d'en apprendre beaucoup sur l'alimentation et son importance. »

## Soutenir les communautés

Nous avons à cœur d'aider les communautés où nous exerçons nos activités. Nous avons toujours considéré qu'il en allait de notre responsabilité, que ce soit en aidant les gens à adopter un mode de vie sain, grâce à notre offre de produits et de services, ou en appuyant des programmes comme les collectes nationales de denrées.

Nos programmes de dons continueront à cibler les domaines que nos clients ont à cœur et qui cadrent bien avec notre stratégie d'affaires, notamment l'aide destinée aux femmes et aux enfants. Cette année, nous comptons encore mieux délimiter notre approche dans ces deux domaines.

**15,4 millions \$**

en dons pour la santé  
des enfants.

**9,5 millions \$**

en dons pour la santé  
des femmes.



## Priorités en matière de RSE | Soutenir les communautés

## Faire une différence positive dans nos communautés

Les efforts de Loblaw en matière d'investissements communautaires sont axés sur la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*, Shoppers Drug Mart WOMEN/Pharmaprix FEMMES, et les programmes visant les champs d'intervention suivants : des enfants actifs et en santé, nourrir les gens de notre voisinage et rendre nos villes plus vertes.

En 2014, les magasins détenus par la société et franchisés de Loblaw ont versé plus de 2,8 millions de dollars à des clubs sportifs, à des écoles et à des événements de leur communauté. Dans le cadre des collectes nationales de denrées, les magasins ont recueilli plus de 2,3 millions de dollars et plus de 725 700 kg de produits non périssables pour les banques alimentaires du pays. De plus, durant la campagne *Donnez un peu, aidez beaucoup*, les magasins ont amassé plus de 1 million de dollars au profit d'organismes qui aident les enfants à rester actifs et en santé.

Depuis 2013, SDM/Pharmaprix s'est alliée au Partenariat pour un Canada sans drogue (PCSD) afin d'offrir un programme de récupération des médicaments dans ses pharmacies. Le PCSD veut réduire la consommation de drogues illégales et l'utilisation non médicale de médicaments d'ordonnance chez les jeunes du pays. À cette fin, il soutient les parents et les éducateurs, les sensibilise aux ravages de la toxicomanie et leur fournit des outils pour amorcer le dialogue avec leurs enfants.

### FONDATION POUR LES ENFANTS LE CHOIX DU PRÉSIDENT (FCEP)

La FCEP remet des dons à des organismes qui luttent contre la faim chez les enfants, dont Déjeuner pour apprendre<sup>MC</sup> et les Clubs Garçons et Filles du Canada, ainsi qu'aux familles d'enfants atteints d'une déficience. En 2014, la FCEP a versé 5 millions de dollars à 2 271 programmes de nutrition pour les enfants et 10,4 millions de dollars à 2 021 familles d'enfants atteints d'une déficience. Elle a également célébré son 25<sup>e</sup> anniversaire, franchissant du même coup le cap des 116 millions de dollars versés en dons depuis ses débuts, en 1989. Depuis 2008, la FCEP a soutenu plus de 17 600 programmes de nutrition, aidant ainsi à fournir des repas sains à plus de 2,2 millions d'enfants partout au pays.

[En savoir plus](#)

[www.pc.ca/fondation](http://www.pc.ca/fondation)

### SHOPPERS DRUG MART WOMEN/ PHARMAPRIX FEMMES

Grâce à son programme FEMMES, SDM/Pharmaprix a versé 9,5 millions de dollars à divers organismes soutenant la santé et le bien-être des femmes. Créé de concert avec des experts de renom et des institutions, ce programme comprend huit partenariats et soutient plus de 500 organismes communautaires axés sur la santé des femmes. Par exemple, le programme Motherisk, une ligne d'assistance du Hospital for Sick Children, permet aux parents attendant un enfant, aux nouvelles mères et aux éducateurs de communiquer avec des conseillers spécialisés. En 2014, plus de 17 000 Canadiennes ont eu recours

à cette ligne. Autre exemple : dans le cadre de La Virée Rose, un partenariat unique entre la Fondation du cancer du sein du Québec et Pharmaprix FEMMES, un VR tout équipé a fait le tour de la province pendant 20 semaines en 2014 pour sensibiliser les femmes à la santé de leurs seins.

Parmi les événements phares, notons également la *Course pour les FEMMES* Pharmaprix, qui vise à sensibiliser les gens quant à la santé mentale des femmes et à amasser des fonds pour cette cause. Ayant eu lieu dans 10 communautés à travers le pays, cette course a permis de recueillir plus de 278 000 \$ au profit des organismes locaux destinés à la santé des femmes en 2014.

[En savoir plus](#)

[www.pharmaprix.ca/femmes](http://www.pharmaprix.ca/femmes)



## Priorités en matière de RSE | Soutenir les communautés

## Fonds Loblaw pour l'eau

En 2014, afin de favoriser la protection des ressources en eau du pays, WWF-Canada et Loblaw ont mis sur pied le Fonds Loblaw pour l'eau, qui offre un soutien financier aux organismes à but non lucratif enregistrés œuvrant à la préservation, à la protection et à la restauration des habitats d'eau douce, de même qu'au bien-être des espèces qui y vivent. Chaque année, WWF-Canada bénéficie d'une partie des

recettes provenant de la vente des sacs en plastique au coût de cinq cents dans les magasins détenus par la société et certains magasins franchisés. Depuis 2009, Loblaw a versé 6 millions de dollars à WWF-Canada pour appuyer des initiatives de conservation, comme la Journée nationale de la p'tite laine, le Grand nettoyage des rivages canadiens et, maintenant, le Fonds Loblaw pour l'eau.

« Le Fonds Loblaw pour l'eau est la preuve que nous gagnons toujours à unir nos efforts plutôt qu'à travailler chacun de son côté. Ce fonds est le résultat de notre partenariat avec Les Compagnies Loblaw limitée, un allié qui aide WWF-Canada à sensibiliser les Canadiens aux problèmes environnementaux. »

**David Miller**, président et chef de la direction, WWF-Canada



Photo gracieuseté de Living Lakes Canada.

**JUDY McCRIE**Vice-présidente exécutive, Culture,  
Les Compagnies Loblaw limitée

« Pour Loblaw, la culture n'est pas qu'un projet ou qu'un point à l'ordre du jour; c'est tout simplement ce que nous sommes. Voilà pourquoi nous intégrons des principes de culture clairs et faciles à comprendre à nos pratiques d'entreprise. Compte tenu des pas qu'elle a déjà franchis en ce sens, je suis convaincue que Loblaw saura faire de sa vision en termes de culture une réalité. »

## Formation et culture d'entreprise

Sachant que nous devons notre succès avant tout à nos collègues, nous avons fait de la culture d'entreprise une priorité stratégique. Nous voulons bien mettre à contribution les talents de tous et intégrer les meilleures pratiques de Loblaw et de SDM/Pharmaprix.

Puisque les dirigeants doivent donner l'exemple, nous travaillons de concert avec eux pour qu'ils jouent un rôle de premier plan dans notre quête de la culture idéale. Au cours des prochains mois, nos collègues seront sollicités à leur tour pour participer à la création d'une culture gagnante axée sur la réalisation de notre raison d'être, soit aider les Canadiens à *profiter pleinement de la vie*.

Palmarès des  
100 meilleurs  
employeurs au Canada

Loblaw figure au palmarès  
des 100 meilleurs employeurs  
au Canada pour la sixième  
année consécutive.

**7 000** collègues  
et employés sondés

pour nous aider à définir  
notre nouvelle culture.



## Priorités en matière de RSE | Formation et culture d'entreprise

## Bâtir une culture gagnante

Nous avons entrepris une démarche stimulante et marquée par le changement et les possibilités. Dès le début, nous avons voulu bien faire les choses afin que Loblaw et SDM/Pharmaprix excellent et que les employés puissent s'épanouir. Voici quelques mesures prises en ce sens :

### VISION DE NOTRE CULTURE

Nous avons sondé 7 000 collègues et employés afin de mieux comprendre notre culture actuelle et déterminer à quoi devrait ressembler notre culture idéale. Ce sondage nous a permis de cerner les styles de culture capables de nous permettre de maximiser notre efficacité et les actions à entreprendre pour susciter le changement.

Les résultats du sondage ont façonné notre vision de la culture idéale, où les collègues s'unissent autour d'une raison d'être commune, tout en collaborant et en se soutenant mutuellement au sein de nos six divisions distinctes. Fondée sur la confiance, l'authenticité et les liens, cette culture accordera autant de place à la manière d'aborder le travail qu'aux résultats.

### DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP

Nous avons mis de l'avant plusieurs initiatives de leadership afin de nous rapprocher de la culture idéale et de fournir des occasions de perfectionnement professionnel. Des hauts dirigeants de toute l'entreprise ont participé à un programme de leadership unique, durant lequel ils ont analysé leur état d'esprit et appris qu'en étant conscients et maîtres de celui-ci, ils pouvaient favoriser l'excellence.

Après ces séances, 35 hauts dirigeants ont proposé de jouer un rôle actif dans notre quête de la culture idéale. À titre de champions de la culture, ces dirigeants doivent mettre en pratique les comportements désirés et motiver les autres. Ils participent aux projets internes qui touchent à la culture, et nombre d'entre eux soutiendront leurs collègues dans le cadre d'un programme national de mentorat qui sera lancé en 2015.

### COMMUNICATIONS

Nous avons multiplié les occasions d'interaction entre collègues et dirigeants. Par exemple, les forums *Parlons-en* sont des discussions dirigées entre de hauts dirigeants et des groupes de 10 à 15 collègues, et le programme *Success Talks* propose une série de séances interactives durant lesquelles les hauts dirigeants de Loblaw et de SDM/Pharmaprix parlent de leur parcours professionnel.



## Programme de leadership accéléré

Notre Programme de leadership accéléré (PLA) vise à développer les capacités de leadership des collègues au potentiel élevé. Élaboré conjointement avec le Schulich Executive Education Centre de l'Université York, ce programme intensif comprend une série de cours et un projet en groupe. Lors des séances en classe, les participants étudient, entre autres sujets, la transformation du leadership, l'innovation et la réflexion collective et l'importance de maîtriser les chiffres. Pour leur projet de groupe, ils doivent appliquer leurs nouvelles compétences dans le cadre d'une analyse

de cas et faire preuve de créativité face à des enjeux et des occasions en lien avec nos objectifs d'affaires.

Plus de 100 employés de Loblaw et de SDM/Pharmaprix ont terminé le PLA de huit mois, qui exige un engagement semblable à celui d'un programme de MBA pour cadres supérieurs.

Au terme du programme, les participants font part de leurs constats à la haute direction afin que des améliorations concrètes puissent être apportées dans l'entreprise.

« Le Programme de leadership accéléré constitue une excellente occasion de développer son leadership. De toute évidence, Loblaw tient à investir beaucoup dans ses employés. »

### Finissant du Programme de leadership accéléré



# Rendement

Pour chacun de nos cinq piliers de RSE, nous fixons des objectifs annuels afin que nos clients, nos collègues et nos partenaires puissent observer notre progression et nous demander de rendre des comptes.

## 🌀 Objectifs et réalisations 2014

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

## 🌀 Objectifs 2015

## 🌀 Prix et reconnaissances

# Objectifs et réalisations 2014



## Respecter l'environnement

Nous nous engageons à réduire l'impact environnemental de nos activités. En raison de notre taille et de notre envergure, notre incidence se fait sentir principalement au chapitre des matières résiduelles, de la consommation d'énergie, du transport et des emballages.

Objectif atteint
 Objectif presque atteint ou sur la bonne voie
 Objectif non atteint ou en phase initiale

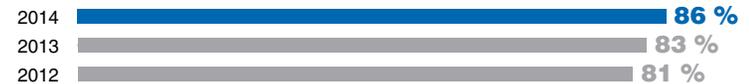
### RÉDUCTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES



**OBJECTIF** : Éviter l'enfouissement de 85 % des matières résiduelles générées par nos centres de distribution.

**RÉALISATION** : Nous avons évité l'enfouissement de 86 % des matières résiduelles générées par les centres de distribution à l'échelle nationale. Cette augmentation est attribuable en grande partie à l'expansion de nos programmes de réacheminement des matières résiduelles organiques dans nos centres d'Ajax (Ontario) et de Boucherville (Québec).

#### Taux de réacheminement des matières résiduelles :



**OBJECTIF** : Réduire les matières résiduelles générées par les magasins détenus par la société dans chaque région de trois points de pourcentage par rapport à 2013 (Ontario, 86 %; Québec, 65 %; Ouest, 54 %; Atlantique, 67 %).

**RÉALISATION** : Les résultats sont : Ontario, 64 %; Québec, 61 %; Ouest, 50 %; Atlantique, 64 %. Pour en savoir plus sur les défis rencontrés, consultez la [page 21](#).



**OBJECTIF** : Réduire l'utilisation de papier de 5 % au siège social de l'entreprise.

**RÉALISATION** : Nous avons réduit notre consommation de 18 % par rapport à 2013 en remplaçant des imprimantes, en instaurant l'impression recto-verso par défaut et en remettant des cartes d'impression à chaque collègue.

### EMBALLAGES



**OBJECTIF** : Réduire l'emballage des produits de marques contrôlées de 5 % d'ici la fin de 2015.

**RÉALISATION** : Depuis 2009, nous avons réduit de plus de 4,4 millions de kilogrammes la quantité d'emballages de 270 produits de marques contrôlées\*. En 2014, nous avons réalisé nos meilleurs gains en remplaçant les boîtes de burgers *le Choix du Boucher* par des sacs.



Pour en savoir plus sur les emballages, consultez la [page 22](#).

\* Comprend les ventes à l'unité.

Rendement | Objectifs et réalisations 2014 | RESPECTER L'ENVIRONNEMENT



**OBJECTIF :** Établir des partenariats afin d'accroître l'utilisation de matières recyclées postconsommation dans les emballages.

**RÉALISATION :** Nous avons travaillé avec plusieurs fournisseurs afin d'accroître l'utilisation de matières recyclées postconsommation. À l'heure actuelle, nos Bouteilles d'eau PC faites exclusivement de matières recyclées postconsommation constituent notre plus belle réussite.



**OBJECTIF :** Lancer des produits dont l'emballage en polytéréphtalate d'éthylène (PET) contient davantage de matières recyclées postconsommation.

**RÉALISATION :** Nous avons remplacé l'emballage des tomates *le Choix du Président*, qui contient maintenant 70 % de matières recyclées postconsommation. Pour en savoir plus, consultez la [page 22](#).



**OBJECTIF :** Lancer des produits dont les emballages non faits à base de fibres contiennent davantage de matières renouvelables.

**RÉALISATION :** Nous continuons à étudier cette technologie en pleine évolution et à surveiller les occasions d'en tirer parti avec nos fournisseurs.



**OBJECTIF :** Mener un sondage auprès des fournisseurs concernant le recours à des sources certifiées pour leurs emballages à base de fibres.

**RÉALISATION :** Nous avons envoyé le sondage à tous nos fournisseurs. À ce jour, le taux de réponse est de 60 %. Nous évaluons actuellement les résultats pour établir une référence.

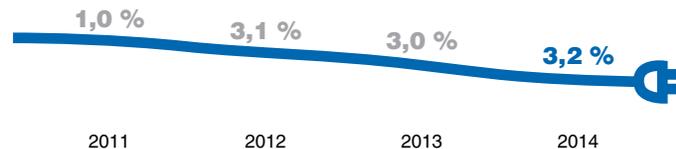
RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE



**OBJECTIF :** Réduire la consommation d'énergie totale de 3 % dans les magasins détenus par la société existants.

**RÉALISATION :** Nous avons réduit notre consommation d'énergie de 3,2 % dans les magasins détenus par la société existants.

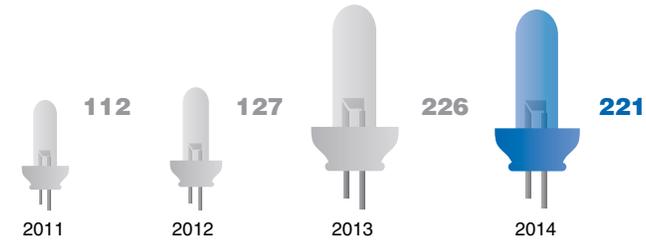
Réduction de la consommation d'énergie :



**OBJECTIF :** Achever la modernisation de l'éclairage de 140 magasins détenus par la société et de sept centres de distribution.

**RÉALISATION :** Nous avons achevé la modernisation de l'éclairage dans 221 magasins détenus par la société et huit centres de distribution partout au pays. Pour en savoir plus, consultez la [page 24](#).

Nombre de magasins détenus par la société ayant achevé la modernisation de leur éclairage :



**OBJECTIF :** Installer un système de réfrigération au CO<sub>2</sub> dans un magasin détenu par la société.

**RÉALISATION :** Objectif non atteint. Nous avons installé un système de réfrigération au CO<sub>2</sub> dans un magasin détenu par la société en 2013, et nous avons dorénavant l'intention d'installer ce système dans les nouveaux magasins détenus par la société.



**OBJECTIF :** Achever 20 projets de panneaux solaires en Ontario.

**RÉALISATION :** En 2014, nous avons achevé 23 projets de panneaux solaires. En tout, nous comptons 62 installations fonctionnelles en Ontario. Pour en savoir plus, consultez la [page 24](#).

EMPREINTE EAU



**OBJECTIF :** Réaliser une évaluation de l'empreinte eau de nos activités.

**RÉALISATION :** Objectif non atteint. Nous procéderons à l'analyse des données en 2015.



## Faire preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement

En faisant preuve d'intégrité en matière d'approvisionnement, nous voulons veiller à ce que nos valeurs éthiques soient respectées à chacune des étapes de la chaîne d'approvisionnement, favoriser la production d'aliments sécuritaires et durables, et soutenir les fournisseurs canadiens.

### FOURNISSEURS À L'ÉTRANGER



**OBJECTIF :** Renforcer les normes encadrant la sécurité des lieux de travail et la prévention des incendies chez nos fournisseurs des marchés émergents.

**RÉALISATION :** Nous avons mis en place des évaluations de la sécurité et de la prévention des incendies dans les usines fabriquant nos produits en Thaïlande, au Cambodge, au Sri Lanka, au Vietnam et en Inde.

### DÉVELOPPEMENT DURABLE



**OBJECTIF :** Élaborer des directives en matière de développement durable pour toutes les catégories de produits de marques contrôlées.

**RÉALISATION :** Nous avons établi un cadre en matière de développement durable pour les produits de marques contrôlées. La prochaine étape consiste à élaborer un guide à propos de l'approvisionnement durable pour notre entreprise.



**OBJECTIF :** Identifier les produits frais de marques contrôlées ayant le plus d'incidence sur les bassins versants « à risque » du Canada.

**RÉALISATION :** En collaboration avec WWF-Canada, nous avons déterminé que le bétail et certains fruits, légumes et grains sont les productions qui ont le plus d'incidence sur les bassins versants « à risque » au pays, en raison de leur emplacement, de leur taille, des pratiques d'approvisionnement en eau et d'irrigation, et des rejets dans les cours d'eau.

### HUILE DE PALME



**OBJECTIF :** D'ici la fin de 2015, soutenir la production durable de l'huile de palme contenue dans nos produits de marques contrôlées en adoptant les modèles d'approvisionnement de la Table ronde sur l'huile de palme durable, y compris l'achat de certificats GreenPalm.

**RÉALISATION :** Nous avons sondé nos fournisseurs pour confirmer la quantité d'huile de palme que contiennent nos produits alimentaires et non alimentaires de marques contrôlées.

Nous avons également établi un plan d'approvisionnement en huile de palme durable pour les produits alimentaires de marques contrôlées. Pour les produits non alimentaires de marques contrôlées, l'évaluation et le plan d'action seront achevés en 2015. Pour en savoir plus, consultez la [page 16](#).

Rendement | Objectifs et réalisations 2014 | FAIRE PREUVE D'INTÉGRITÉ EN MATIÈRE D'APPROVISIONNEMENT

**PRODUITS DE LA MER DURABLES**



**OBJECTIF** : Offrir du saumon de l'Atlantique provenant d'élevages certifiés responsables par l'Aquaculture Stewardship Council (ASC) et du saumon de l'Atlantique élevé en bassin clos.

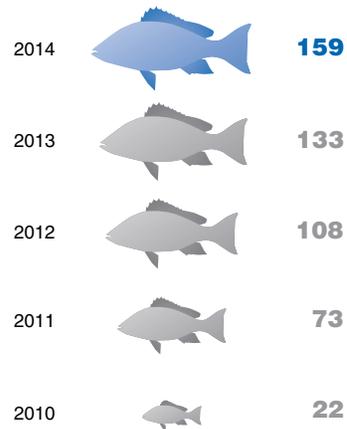
**RÉALISATION** : Nous avons lancé du saumon de l'Atlantique certifié par l'ASC dans nos magasins. De plus, nous continuons à surveiller la disponibilité du saumon de l'Atlantique élevé en bassin clos. Pour en savoir plus, consultez la [page 16](#).



**OBJECTIF** : Augmenter notre offre de produits de thon en conserve issus de la pêche sur des stocks sauvages certifiés par le Marine Stewardship Council (MSC).

**RÉALISATION** : Bien que notre offre de produits certifiés par le MSC et l'ASC ait augmenté, nous poursuivons nos efforts afin d'accroître notre offre de produits de thon en conserve certifiés.

**159 produits certifiés par le MSC et 12 produits certifiés par l'ASC offerts dans nos magasins :**



**BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX**



**OBJECTIF** : D'ici 2018, nous approvisionner en veau frais exclusivement auprès de fournisseurs ayant adopté un système de stabulation libre. Veiller à obtenir des mises à jour de la progression de nos fournisseurs de veau.

**RÉALISATION** : Objectif sur la bonne voie pour 2018. Nous continuons à collaborer avec des partenaires de l'industrie, des experts et nos fournisseurs de veau frais afin de favoriser les bonnes pratiques en ce qui a trait au bien-être des animaux. Pour en savoir plus, consultez la [page 19](#).



**OBJECTIF** : D'ici la fin de 2022, nous approvisionner en porc frais exclusivement auprès d'éleveurs ayant adopté un système de stabulation libre. Veiller à obtenir des mises à jour de la progression de nos fournisseurs de porc.

**RÉALISATION** : Objectif sur la bonne voie pour 2022. Nous continuons à collaborer avec des partenaires de l'industrie, des experts et nos fournisseurs de porc frais afin de favoriser les bonnes pratiques en ce qui a trait au bien-être des animaux. Pour en savoir plus, consultez la [page 19](#).



**OBJECTIF** : Bonifier l'offre d'Œufs pondus en liberté oméga-3 *PC Menu bleu*.

**RÉALISATION** : Ce produit sera mis en marché dans les magasins du Québec en 2015. Nous évaluons également la possibilité de le proposer dans des magasins SDM/Pharmaprix.





### SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



**OBJECTIF :** Remplacer les édulcorants artificiels dans les produits *le Choix du Président* par du stevia d'ici la fin de 2015.

**RÉALISATION :** Objectif sur la bonne voie. Nous avons déjà remplacé les édulcorants artificiels dans les produits *PC Menu bleu* par du stevia en 2013.



**OBJECTIF :** Réduire de 20 %, en moyenne, le taux de sodium de 400 produits *le Choix du Président* d'ici la fin de 2015.

**RÉALISATION :** Objectif sur la bonne voie. Nous avons réduit le taux de sodium de 93 produits *le Choix du Président* de 25 % en moyenne. Pour en savoir plus, consultez la [page 13](#).



**OBJECTIF :** D'ici la fin de 2015, faire en sorte que tous les produits *le Choix du Président* respectent les cibles de réduction du sodium établies par Santé Canada, tout en s'assurant que le produit puisse être utilisé de la même manière et en préservant la sécurité alimentaire et le goût.

**RÉALISATION :** Nous sommes en voie d'atteindre cet objectif d'ici la fin de 2015.



**OBJECTIF :** Déployer le système de classement des aliments Guide-étoiles<sup>MD</sup> dans tous les magasins d'ici la fin de 2015.

**RÉALISATION :** Le système de classement des aliments Guide-étoiles est maintenant offert dans 788 magasins de Loblaw, et son déploiement se poursuit en 2015. Pour en savoir plus, consultez la [page 13](#).



**OBJECTIF :** Recruter 19 diététistes dans les magasins de la région de l'Atlantique.

**RÉALISATION :** Nous avons embauché 19 diététistes dans certains magasins *Dominion* et *Atlantic Superstore* de l'Atlantique. Pour en savoir plus, consultez la [page 12](#).

### Faire une différence positive dans notre communauté

Nous faisons une différence positive en répondant aux besoins des Canadiens en matière de santé et de bien-être et en redonnant aux communautés où nous sommes présents.

Rendement | Objectifs et réalisations 2014 | FAIRE UNE DIFFÉRENCE POSITIVE DANS NOTRE COMMUNAUTÉ



**OBJECTIF :** Offrir aux écoles 500 visites interactives de magasins axées sur la nutrition.

**RÉALISATION :** Nous avons offert aux écoles primaires 692 visites axées sur la nutrition dans les magasins de Loblaw. Durant celles-ci, les élèves ont reçu de l'information sur la nutrition et sur le système de classement des aliments Guide-étoiles<sup>MD</sup>.



**OBJECTIF :** Lancer en magasin un programme de sensibilisation à la santé des os visant les collègues et les clients.

**RÉALISATION :** En collaboration avec notre division Pharmacie, nous avons lancé un programme avec Ostéoporose Canada dans tous les magasins de Loblaw. Pour en savoir plus, consultez la [page 12](#).



**OBJECTIF :** Mettre sur pied en magasin un programme de bien-être des collègues mené par les diététistes.

**RÉALISATION :** En plus de favoriser la santé et le bien-être des clients, les diététistes ont élaboré un programme de bien-être de six semaines à l'intention des collègues. Alliant conseils d'alimentation, recettes et activité physique, le programme encourage les participants à adopter un mode de vie sain. Il est proposé à tous les collègues des magasins de Loblaw comptant un diététiste.

**DONS DE L'ENTREPRISE**



**OBJECTIF :** Verser plus de 5 millions de dollars à des organismes à but non lucratif du Canada dans nos différents champs d'intervention, soit la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*, rendre nos villes plus vertes, des enfants actifs et en santé et nourrir les gens de notre voisinage.

**RÉALISATION :** Loblaw a versé 5,1 millions de dollars à divers organismes à but non lucratif du pays, dont les suivants :



Fondation pour les enfants  
*le Choix du Président*  
**1,8 million de dollars**

WWF-Canada  
**1,15 million de dollars**

Banques alimentaires Canada  
**271 500 \$**

Programme de dons Après l'école  
**250 795 \$**



**OBJECTIF :** Étendre le programme de récupération des aliments de Loblaw à 250 magasins détenus par la société.

**RÉALISATION :** À ce jour, 166 magasins de Loblaw participent au programme. Pour en savoir plus, consultez la [page 21](#).



## Refléter les diversités culturelles de notre pays

Nous considérons la diversité comme une source de fierté et une grande force. Nous nous sommes donc donné comme priorité de refléter la diversité croissante du Canada par l'entremise des produits que nous offrons, des gens que nous embauchons et de la culture d'entreprise que nous préconisons.

### MILIEU DE TRAVAIL INCLUSIF



**OBJECTIF** : Mettre en œuvre des programmes externes afin de recruter du personnel au sein de divers groupes comme les autochtones, les nouveaux arrivants et les personnes handicapées.

**RÉALISATION** : Nous continuons à travailler avec les partenaires de l'industrie et nos équipes de gestion pour mettre en œuvre des programmes externes de recrutement au sein de divers groupes. Nous prévoyons évaluer notre stratégie en 2015.



**OBJECTIF** : Réaliser notre stratégie d'entreprise pluriannuelle pour répondre aux exigences d'accessibilité des clients et des collègues.

**RÉALISATION** : Comme l'exige la Loi de 2005 sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario, nous avons mis en place une stratégie visant à répondre aux exigences d'accessibilité des clients et des collègues à l'échelle nationale. En 2014, nous nous sommes concentrés sur la création d'un processus de rétroaction et sur des formations en ligne et en petits groupes sur la sensibilisation en matière d'accessibilité.



**OBJECTIF** : Augmenter la participation des collègues aux événements de Femmes@Loblaw de 10 %.

**RÉALISATION** : Femmes@Loblaw vise à créer un réseau durable qui suscite l'engagement des collègues. Plusieurs événements de perfectionnement et de réseautage professionnels ont lieu tout au long de l'année. En 2014, la participation des collègues à ces activités a grimpé de 48 %.



**OBJECTIF** : Offrir le programme « I speak » (Je parle votre langue) dans tous les magasins détenus par la société.

**RÉALISATION** : Dans les magasins participant au programme, l'insigne porte-nom des collègues indique leur langue maternelle. Nous réévaluerons le programme en 2015.

### PRODUITS MULTICULTURELS



**OBJECTIF** : Augmenter de 50 % la gamme de produits multiculturels des marques *Rooster*, *T&T* et *Suraj*.

**RÉALISATION** : Nous avons augmenté la gamme de produits *Rooster*, *T&T* et *Suraj* de 42 %.





## Être un milieu de travail formidable

Nous nous efforçons de motiver et d'inspirer nos collègues au quotidien. Outre un emploi valorisant, nous veillons à leur offrir une communication ouverte, des récompenses et de la reconnaissance, un apprentissage continu et un environnement de travail sécuritaire et sain.

Objectif atteint
 Objectif presque atteint ou sur la bonne voie
 Objectif non atteint ou en phase initiale

### SANTÉ ET SÉCURITÉ



**OBJECTIF :** Réduire le nombre total d'accidents de 5 %.

**RÉALISATION :** Nous avons réduit le nombre total d'accidents de 5,9 % en normalisant les procédures de sécurité et les inspections, en mettant à jour les documents et les outils de formation et en communiquant régulièrement avec les collègues.

### FORMATION ET DÉVELOPPEMENT



**OBJECTIF :** Accroître de 5 % la participation des collègues aux cours de formation en ligne.

**RÉALISATION :** Le taux de participation est en-deçà de l'objectif. Toutefois, la participation aux cours avec formateur a plus que doublé en raison du déploiement de SAP dans les magasins et les centres de distribution de Loblaw partout au pays.

#### Cours en ligne :

2013	2014
<b>64 012</b>	<b>62 403</b>

#### Cours avec formateur :

2013	2014
<b>28 394</b>	<b>62 750</b>



**OBJECTIF :** Mettre en place un programme de mentorat à l'échelle nationale afin de permettre aux collègues d'échanger avec les membres de la haute direction de l'entreprise.

**RÉALISATION :** En 2014, notre projet pilote a connu un franc succès. Nous étendons le programme en 2015.

# Objectifs 2015



Nous nous fixons des objectifs de RSE annuels et à long terme. Nos objectifs à long terme s'échelonnent sur plusieurs années et sont axés sur des enjeux complexes qui requièrent généralement des recherches exhaustives, le concours de nos intervenants, l'évaluation de l'incidence sur nos fournisseurs et des plans d'action pluriannuels afin de générer des résultats.

## RÉDUCTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

Réduire les matières résiduelles générées par les magasins d'alimentation détenus par la société dans chaque région de trois points de pourcentage par rapport à 2014 (Ontario, 66 %; Québec, 63 %; Ouest, 52 %; Atlantique, 64 %).

## EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Réduire la consommation d'énergie totale de 1 % par pied carré dans les magasins d'alimentation détenus par la société existants.

Installer un éclairage à DEL dans les comptoirs de produits frais des magasins d'alimentation détenus par la société.

Moderniser l'éclairage des aires de travail des magasins d'alimentation détenus par la société en Ontario, en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve-et-Labrador.

D'ici la fin de 2017, installer des portes verticales sur les présentoirs de produits laitiers et surgelés sans portes des magasins d'alimentation détenus par la société.

## RÉFRIGÉRATION

Réduire de 5 % les émissions de gaz à effet de serre provenant des fuites de gaz réfrigérant dans les magasins d'alimentation détenus par la société.

Installer un système de réfrigération au CO<sub>2</sub> dans deux magasins d'alimentation détenus par la société.

Instaurer un projet pilote misant sur l'hydrofluoroléfine comme réfrigérant dans deux magasins d'alimentation détenus par la société.

## EMBALLAGES

Réduire l'emballage des produits de marques contrôlées de 5 % d'ici la fin de 2015.

D'ici la fin de 2018, nous approvisionner en fibres provenant de matières recyclées ou de forêts durables certifiées pour les fibres utilisées dans les cartons pliables, les boîtes de carton ondulé et les plateaux.

## GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Mener une étude sur le gaspillage alimentaire avec des intervenants de l'industrie.

## APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Mettre en place des directives d'approvisionnement durable pour les équipes de gestion des catégories alimentaires.

D'ici la fin de 2015, soutenir la production durable de l'huile de palme contenue dans nos produits de marques contrôlées en adoptant les modèles de chaîne d'approvisionnement de la Table ronde sur l'huile de palme durable, y compris l'achat de certificats GreenPalm.

Continuer à nous approvisionner en produits de la mer issus de sources durables en renforçant la certification de la chaîne de garantie et en augmentant l'offre de produits certifiés durables dans nos magasins.

Recenser les produits *le Choix du Président* et *Life Brand* qui contiennent des substances chimiques et des ingrédients préoccupants par l'entremise de vérifications auprès des fournisseurs.

**Rendement** | Objectifs 2015

Fixer une date après laquelle nous n'utiliserons plus de triclosan et de phtalate dans les produits d'entretien ménager, de santé et de beauté *le Choix du Président* et *Life Brand*.

Représenter l'industrie du commerce de détail au sein du conseil exécutif de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable et dans le cadre du projet pilote de vérification en matière de bœuf durable.

D'ici la fin de 2015, appuyer les pratiques durables en matière de culture du cacao en nous approvisionnant en cacao certifié UTZ pour la gamme de Tablettes de chocolat Or *le Choix du Président*.

**BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX**

Obtenir des mises à jour de nos fournisseurs de veau frais et de porc frais quant à leurs progrès concernant l'adoption de systèmes de stabulation libre pour les veaux et les truies qui respectent nos objectifs.

Bonifier l'offre d'Œufs bruns pondus en liberté oméga-3 *PC Menu bleu*.

Mener une analyse exhaustive des meilleures pratiques en matière de traitement et de bien-être des animaux avec notre conseiller scientifique en la matière.

**CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT**

Mettre à jour le code de conduite des fournisseurs de Loblaw.

Mettre en œuvre un programme de gestion dans les marchés émergents pour s'assurer que les produits livrés au Canada proviennent d'usines approuvées.

Agrandir notre équipe de vérification de la conformité dans les marchés émergents.

**SANTÉ ET BIEN-ÊTRE**

D'ici la fin de 2015, remplacer les édulcorants artificiels dans les produits *le Choix du Président* par du stevia.

Réduire de 20 %, en moyenne, le taux de sodium de 400 produits *le Choix du Président* d'ici la fin de 2015.

D'ici la fin de 2015, faire en sorte que tous les produits *le Choix du Président* respectent les recommandations de Santé Canada quant à la réduction de la teneur en sodium, tout en s'assurant que le produit puisse être utilisé de la même manière et en préservant la sécurité alimentaire et le goût.

Étendre les produits Naturellement imparfaits<sup>MC</sup> *sans nom* à certains magasins de Loblaw.

Lancer Guide-étoiles<sup>MD</sup> dans les magasins *Maxi* et *Maxi & Cie* du Québec.

Étendre le programme de diététistes aux magasins de Loblaw au Québec.

Fournir à 3 000 pharmaciens de SDM/Pharmaprix une formation poussée sur l'ostéoporose afin qu'ils puissent aider les femmes à éviter les fractures.

**PHARMACIE**

Ouvrir le Centre de contact des patients de SDM/Pharmaprix.

Élaborer un guide de nutrition pour que les pharmaciens du réseau de SDM/Pharmaprix puissent renseigner les clients et les patients en matière de saine alimentation.

**DONS COMMUNAUTAIRES**

Fournir des repas nutritifs à 450 000 enfants partout au pays grâce aux dons de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*.

Grâce à nos collectes nationales de denrées, recueillir 2,5 millions de dollars et 680 300 kg de denrées pour aider les banques alimentaires provinciales et locales partout au pays.

Étendre le programme de récupération des aliments de Loblaw à 250 magasins détenus par la société.

Grâce à la ligne d'assistance Motherisk, venir en aide à 20 000 personnes au pays (parents attendant un enfant, nouvelles mères ou éducateurs).

Accroître la participation à la *Course pour les FEMMES* SDM/Pharmaprix pour franchir le cap des 10 000 participants.

Par l'entremise de SDM/Pharmaprix, offrir un soutien financier à 450 organismes à but non lucratif locaux axés sur la santé et le bien-être des femmes.

Encourager 20 000 femmes partout au pays à dresser un plan personnalisé pour la santé de leurs seins grâce à un outil en ligne.

Soutenir l'offre de services mobiles de mammographie à 11 000 femmes de la Colombie-Britannique.

**MILIEU DE TRAVAIL INCLUSIF**

Atteindre un taux de participation de 50 % chez les femmes dans le cadre des programmes de développement des talents.

**FORMATION ET DÉVELOPPEMENT**

Augmenter de 10 % la participation des collègues aux formations en ligne.

Augmenter de 10 % la participation des collègues au programme national de mentorat.

**SANTÉ ET SÉCURITÉ**

Réduire le nombre total d'accidents de 5 %.

# Prix et reconnaissances

Nous sommes très fiers d'avoir reçu plusieurs distinctions en matière de RSE en 2014.

## Palmarès des 100 meilleurs employeurs au Canada

Nous faisons partie du palmarès pour la sixième année consécutive. Ce concours annuel, l'un des plus connus au pays, vise à reconnaître les entreprises et les organisations qui se distinguent par leur façon d'attirer et de fidéliser leurs employés.



## Les meilleurs employeurs pour la diversité au Canada

Ce prix 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 meilleurs employeurs pour les jeunes Canadiens

Pour la cinquième année consécutive, Loblaw a été reconnue comme l'un des meilleurs employeurs au Canada qui se distinguent par leur façon d'attirer et de fidéliser les jeunes travailleurs.



## Les meilleurs employeurs de la région du grand Toronto

Ce prix rend hommage aux employeurs du grand Toronto qui dominent leur secteur respectif pour la qualité exceptionnelle de leur milieu de travail. C'est la sixième fois que cette récompense est attribuée à Loblaw.



## Palmarès des entreprises citoyennes de L'actualité

Loblaw a été reconnue pour sa réponse à la suite de l'effondrement de l'usine Rana Plaza au Bangladesh, et pour le succès qu'elle a connu en matière de réduction du nombre de sacs en plastique dans ses magasins.



## Prix Best in Class 2014 de la banque alimentaire Daily Bread

La banque alimentaire Daily Bread fournit de la nourriture et des ressources à presque 200 programmes alimentaires de Toronto. Loblaw a été reconnue pour son leadership dans la lutte contre la faim.

## Certificat d'excellence d'Hypertension Canada

Loblaw a été reconnue pour le programme de sensibilisation à la pression artérielle offert par ses pharmaciens, ainsi que pour son approche positive en gestion de la santé et des maladies chroniques. En 2014, les pharmaciens de Loblaw ont offert plus de 33 619 vérifications de la pression artérielle et consultations à ce sujet.

## Les 50 meilleures entreprises citoyennes du Canada de Corporate Knights

Ce palmarès reconnaît les leaders de l'industrie canadienne en fonction d'un ensemble d'indicateurs en matière de développement durable. Comptant parmi les 50 meilleures, Loblaw est l'entreprise qui occupe le rang le plus élevé au sein de l'industrie des produits de consommation.



## Prix DUX

Le concours DUX récompense et fait connaître les pratiques exemplaires en matière de promotion de saines habitudes alimentaires au Québec. Loblaw a été reconnue pour le lancement du programme Guide-étoiles<sup>MD</sup>.



## Initiative pour la finance durable – Meilleur rapport de développement durable

Organisme financier sans but lucratif basé à Montréal, l'Initiative pour la finance durable regroupe des professionnels de la finance ayant à cœur de promouvoir la finance durable et l'investissement responsable. Le rapport 2013 sur la RSE de Loblaw a décroché le titre de meilleur rapport de développement durable dans la catégorie « Consommation et divers » pour les entreprises du TSX 60. Il a été choisi pour sa portée, ses indicateurs clés de performance, ses plans d'action, son accessibilité, sa crédibilité et son visuel attrayant.

## Coordonnées

Les Compagnies Loblaw limitée est une filiale de George Weston limitée.

### Siège social et centre national de services aux magasins

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

Téléphone : 905 459-2500

Site Web : [loblaw.ca](http://loblaw.ca)

Pour toute question concernant la RSE,  
écrivez-nous à [rse@loblaw.ca](mailto:rse@loblaw.ca).



Vos commentaires sont importants pour nous. Veuillez prendre un instant pour remplir notre sondage.

[www.loblaw-rapports.ca/sondage](http://www.loblaw-rapports.ca/sondage)

