

À propos du présent rapport

Message à l'intention de
nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations
en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et
alliances avec l'industrie



NOTRE RAISON D'ÊTRE :

***Profiter pleinement
de la vie***

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



À propos du présent rapport

Chez Les Compagnies Loblaw Limitée (Loblaw), nous sommes fiers de notre approche responsable en ce qui a trait à la conduite de nos activités. Comptant parmi les chefs de file du commerce de détail au Canada, nous avons la possibilité de faire une différence positive quant à plusieurs des grands enjeux sociaux et environnementaux auxquels les Canadiens sont confrontés. Le présent rapport fait état de nos progrès en matière de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et décrit les objectifs que nous souhaitons atteindre.

Il s'agit de notre dixième rapport annuel sur la RSE. Il fait état des résultats obtenus en matière de RSE dans nos magasins détenus par la société, nos centres de distribution et nos centres de services aux magasins, ainsi que des initiatives liées à nos marques et à notre engagement communautaire, tant dans nos magasins détenus par la société que dans nos magasins franchisés. La portée de notre reddition de compte et les méthodes utilisées

pour mesurer nos résultats sont semblables à celles décrites dans notre Rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise de 2015. Sauf indication contraire, tous les faits présentés sont tirés des résultats de 2016. Si l'information rapportée inclut les franchisés, des tiers, *Arz*, *T&T Supermarkets* ou les pharmaciens-propriétaires de *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix*, une mention spéciale est ajoutée.

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

MARQUES DE COMMERCE

Les Compagnies Loblaw Limitée et ses filiales sont propriétaires d'un certain nombre de marques de commerce. Plusieurs filiales utilisent sous licence d'autres marques de commerce. Ces marques de commerce sont la propriété exclusive de Les Compagnies Loblaw Limitée, de ses filiales ou du concédant de licence et, lorsqu'elles sont mentionnées dans le présent rapport, elles figurent en italique.

Comment consulter ce rapport

Méthode classique

Vous pouvez lire le rapport comme un livre, du début à la fin, en utilisant les flèches du coin inférieur gauche.



Méthode ciblée

Comme sur un site Web, vous pouvez également vous rendre directement au sujet qui vous intéresse, en utilisant le menu de navigation qui apparaît à gauche.

En couverture
→

Loblaw a à cœur de contribuer à la santé et au bien-être des Canadiens, ici et maintenant, mais aussi pour les générations à venir.

En tant qu'entreprise fièrement canadienne qui offre des produits et services essentiels, nous prenons nos responsabilités très au sérieux. C'est pourquoi nous travaillons fort pour que les changements positifs auxquels nos clients, nos collègues et nos parties prenantes tiennent se réalisent. Les gens peuvent magasiner chez nous avec confiance, car ils savent que nous nous approvisionnons de façon responsable, que nous respectons l'environnement et que nous faisons une différence positive dans notre communauté. Notre approche fondée sur de solides principes quant à la manière de mener nos activités constitue une composante essentielle de notre succès à long terme et de notre capacité à réaliser notre raison d'être, soit *Profiter pleinement de la vie*.

Visitez le site loblaw.ca pour en apprendre davantage sur nos initiatives en matière de RSE. ➡



Message à l'intention de nos parties prenantes

Au cours de la dernière décennie, Loblaw a respecté de nombreux engagements significatifs en matière de responsabilité sociale d'entreprise (RSE). Chaque année, nous publions ce rapport afin de vous faire part de nos progrès.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Ce rapport se veut à la fois un document faisant état de nos réalisations passées, de notre engagement pour le futur et de l'excellent travail accompli par tant de gens au sein de notre entreprise.

Comme par les années précédentes, nous décrivons en détail nos activités et les données utilisées pour mesurer nos progrès dans trois domaines prioritaires : l'Environnement, la Communauté et l'Approvisionnement. Plus que jamais, le présent rapport explique pourquoi nous accordons tant d'importance aux priorités et démarches qui comptent le plus pour nos clients, nos collègues, notre entreprise et le monde qui nous entoure.

Si vous avez déjà lu l'un de nos rapports, vous remarquerez que nos engagements et nos objectifs sont moins nombreux qu'auparavant. Nous avons en effet décidé d'axer nos efforts sur des initiatives de RSE de plus grande envergure et plus susceptibles d'avoir une incidence importante, comme notre stratégie de réduction des émissions de carbone, qui nécessitent plus de temps à déployer pour livrer les résultats escomptés.

Annoncé à la fin de 2016, notre plan de réduction des émissions de carbone détaille les tâches et les projets qui sous-tendent notre engagement à réduire notre empreinte carbone

de 30 % d'ici 2030. Comptant parmi les plus grands consommateurs d'énergie au Canada, nous comprenons l'importance et l'urgence de réduire nos émissions. Nous continuons à collaborer avec les gouvernements et différents experts pour réduire la quantité de nos matières résiduelles de même que notre consommation de carburant et d'énergie, et ainsi démontrer que les entreprises peuvent réduire leurs émissions tout en assurant leur croissance.

Le programme *PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS.* a continué de soutenir des organismes à but non lucratif voués à la santé des femmes dans le cadre de son événement phare, la Course pour les FEMMES. De son côté, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* a continué de recueillir et d'octroyer des fonds destinés à la santé des enfants, tout en tournant de plus en plus ses efforts vers la lutte contre la faim chez les enfants. En partenariat avec nos clients et nos fournisseurs, nos magasins et nos divisions continuent à donner l'exemple dans les communautés partout au pays. Ils ont considérablement augmenté leurs dons d'aliments périssables aux banques alimentaires et aux soupes populaires, appuyé de nombreuses initiatives de quartier et répondu présents lors de grandes catastrophes. Un bon exemple

est celui de l'incendie de Fort McMurray, en Alberta, en 2016, alors que nous avons contribué à recueillir et à redistribuer près de 5 millions de dollars avant même que les flammes ne soient éteintes.

Enfin, au chapitre de l'approvisionnement, nous faisons encore plus attention aux produits que nous achetons et vendons. Nous avons intensifié nos efforts pour éliminer davantage d'ingrédients préoccupants de nos produits alimentaires et d'entretien ménager; nous avons obtenu diverses certifications permettant aux consommateurs de prendre leurs décisions d'achat en toute confiance et de façon éclairée; nous avons également augmenté notre capacité d'agir sur le terrain et évaluons sur



place la qualité et les pratiques des installations qui fabriquent notre marchandise. Nous avons réaffirmé notre engagement envers l'Accord sur la sécurité incendie et bâtiments au Bangladesh, et dans un souci croissant de transparence, nous commencerons à afficher publiquement le nom des usines auprès desquelles nous nous approvisionnons directement en vêtements et en chaussures de marque *Joe Fresh*.

Il est important pour nous que notre entreprise respecte ses valeurs au quotidien et continue à accorder de l'importance à ses efforts de RSE, année après année. Nous espérons que le présent rapport témoignera des avantages de se fixer des objectifs, de collaborer avec des experts, d'établir un plan d'action et de publier ses résultats. Comme toujours, nous encourageons nos collègues, nos clients et toutes les parties intéressées à considérer ce rapport comme une occasion de prendre connaissance de nos efforts, mais aussi de nous faire part de leurs commentaires.

Galen G. Weston
Président du conseil et chef de la direction

À propos du présent rapport

Message à l'intention de
nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations
en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et
alliances avec l'industrie



La RSE chez Loblaw

Notre approche en matière de RSE se fonde sur la raison d'être de notre entreprise, soit *Profiter pleinement de la vie*. En nous approvisionnant de façon responsable, en respectant l'environnement et en faisant une différence positive dans nos communautés, nous souhaitons être un chef de file qui participe activement au bien-être de la société d'aujourd'hui, mais aussi au bien-être de celle de demain.

Pour chacun de nos trois piliers de RSE, nous priorisons nos efforts en fonction de l'urgence d'un enjeu, de son importance aux yeux de nos clients et des Canadiens, de sa pertinence pour notre entreprise et de la façon dont Loblaw peut avoir une réelle incidence. Nous définissons des objectifs et élaborons des plans d'action afin de bien cibler nos efforts et d'obtenir des résultats concluants. Nous publions annuellement un rapport sur la RSE, afin que nos clients et nos partenaires puissent juger de nos progrès et nous en tenir imputables, ainsi qu'afin de reconnaître l'excellent travail de nos collègues.

Apprenez-en plus sur la gouvernance en matière de RSE à la page 23. ➡

La famille des Compagnies Loblaw

Chacun des six secteurs d'activité à la fois distincts et complémentaires qui constituent la famille des Compagnies Loblaw contribue à notre rendement en matière de RSE :



Votre vie, rendue plus facile



Nourrir tout le monde

JOE FRESH

Style essentiel.
Valeur exceptionnelle.



Pour l'amour du goût



Ensemble vers l'avenir



Simplifier la vie au quotidien

Piliers de RSE

Nos initiatives de RSE visent trois grands secteurs où nous estimons pouvoir faire une réelle différence :

Environnement

Nous nous sommes engagés à réduire l'impact environnemental de nos activités. Étant donné l'envergure de notre entreprise, notre incidence est davantage marquée au chapitre des matières résiduelles, de la consommation d'énergie, du transport et des emballages.



Approvisionnement

Nous voulons que nos clients aient la certitude que les produits qu'ils achètent chez nous sont sécuritaires et qu'ils proviennent de sources responsables. Pour nous, cela signifie veiller à ce que nos valeurs soient respectées au sein de notre chaîne d'approvisionnement, favoriser les aliments sécuritaires et durables et soutenir les fournisseurs canadiens.



Communauté

C'est dans nos magasins que notre contribution à la santé et au bien-être des Canadiens est la plus visible, grâce aux produits et services que nous leur offrons. Nous avons aussi à cœur de redonner aux communautés là où nous exerçons nos activités.





Engagement à l'égard
des parties prenantes

Pour être significatives et fructueuses, nos activités de RSE doivent être pertinentes et avoir un sens tant pour notre entreprise que pour nos clients, nos collègues, nos partenaires et la société en général. Par l'entremise de différentes plateformes et divers forums auxquels nous participons, nous cherchons à comprendre les priorités et les préoccupations des diverses parties prenantes, à obtenir

l'avis d'experts et à collaborer avec des organisations ayant une approche similaire pour trouver des solutions aux enjeux les plus complexes.

CE QUE NOS CLIENTS NOUS ONT DIT

Chaque année, nous menons un sondage en ligne auprès des consommateurs canadiens afin de connaître leurs priorités en matière de RSE. Le sondage de 2016 a révélé que les consommateurs perçoivent toujours les initiatives liées à l'approvisionnement local, aux choix

alimentaires sains, à une rémunération équitable et à des conditions de travail sécuritaires comme devant être des priorités pour les détaillants en alimentation en matière de RSE. Nous sommes fiers de constater que les clients de Loblaw, et même ceux qui ne magasinent pas toujours chez nous, considèrent les bannières de Loblaw comme ayant les meilleures pratiques en matière de RSE parmi les détaillants canadiens.

« L'engagement de Loblaw en ce qui concerne la durabilité et la responsabilité de l'entreprise est très exhaustif. Elle comprend qu'une entreprise qui désire demeurer prospère à long terme se doit d'intégrer la durabilité à sa stratégie d'affaire. Le Canada a besoin de plus de chefs de file tels que Loblaw. »

Chris Coulter, chef de la direction, GlobeScan

Meilleures pratiques en matière de RSE

Voici les raisons les plus souvent mentionnées lors de notre sondage auprès des consommateurs canadiens qui considèrent les bannières de Loblaw comme ayant les meilleures pratiques en matière de RSE.



POINTS DE VUE DES PARTIES PRENANTES

Tous les deux ans, nous consultons un groupe de parties prenantes pour évaluer la qualité et la pertinence de notre rapport sur la RSE. Cette démarche comprend des sondages et des entrevues auprès de dirigeants de certains de nos fournisseurs clés, de grands fonds de retraite, d'institutions académiques, d'organismes non gouvernementaux (ONG) et de cabinets de recherche et de consultation en RSE/durabilité.

Nos parties prenantes estiment depuis le début qu'en raison de sa taille et de son envergure, Loblaw est mieux placée que quiconque pour amener l'industrie et les Canadiens à adhérer à des pratiques plus durables. Plus récemment, elles nous ont encouragés à jouer un rôle davantage soutenu dans deux domaines : (1) guider les Canadiens en matière de santé préventive, de bien-être et de saine alimentation, et (2) définir une solide stratégie relativement à l'empreinte carbone et aux changements climatiques. Le présent rapport décrit comment nous avons intensifié nos efforts dans ces domaines.



Réduire du double nos émissions de carbone

*par Sarah Davis, présidente de Loblaw et responsable du Comité directeur
sur les émissions de carbone*

Chez Loblaw, nous sommes conscients des répercussions environnementales, sociales et économiques croissantes des émissions de gaz à effet de serre, tant au Canada qu'ailleurs dans le monde. Plusieurs écosystèmes et espèces sont menacés, les modèles agricoles subissent des changements, et les phénomènes météorologiques, anciennement rares, sont de plus en plus fréquents. Les enjeux résultant

des changements climatiques et la réduction des émissions de carbone sont importants pour nos clients, nos collègues et notre entreprise. Les changements environnementaux causés par l'activité humaine comportent de nombreux risques : pour les entreprises, ils ont des effets sur leur viabilité économique; pour le Canada, ils ont des répercussions sur la prospérité à long terme du pays.



Réduire du
double nos
émissions de
carbone (suite)
→

Loblaw compte parmi les plus grands consommateurs d'énergie au pays. Nous possédons une imposante flotte de camions, et nous disposons d'installations et de magasins dans presque toutes les communautés du Canada. Nous générons annuellement, de par nos activités, des émissions d'environ 1 000 000 de tonnes de CO₂e. Par conséquent, nous croyons qu'il est de notre devoir de faire partie de la solution quant aux défis que posent les changements climatiques.

En 2016, nous nous sommes engagés à réduire notre empreinte carbone de 20 % d'ici 2020, et de 30 % d'ici 2030 par rapport à nos taux de 2011. Notre plan d'action vise notamment l'amélioration de l'efficacité énergétique de nos magasins et de nos centres de distribution, une réduction de la consommation de

carburant de nos camions, une meilleure gestion des fuites de gaz réfrigérants et un plus grand taux de récupération des matières résiduelles organiques. Nous comptons réduire nos émissions de carbone conformément aux cibles nationales du Canada et, comme d'autres entreprises canadiennes proactives, démontrer que ces objectifs peuvent être atteints sans nuire à la croissance économique.

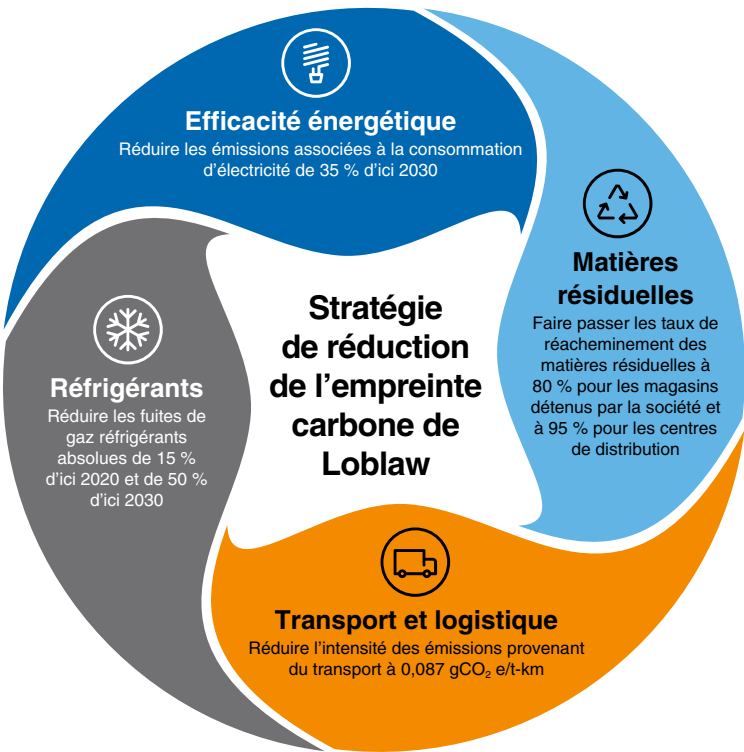
À titre d'entreprise fièrement canadienne, nous voulons faire notre part pour assurer un avenir meilleur pour tous les Canadiens. De plus, nous croyons fermement qu'en augmentant du double notre objectif de réduction de nos émissions de carbone, nous pouvons rendre notre entreprise encore plus forte et encourager d'autres sociétés à emboîter le pas.

À vrai dire, nous avons entrepris de réduire nos émissions de carbone il y a plusieurs années déjà. En 2011, nous avons en effet mis de l'avant plusieurs initiatives de réduction des émissions de carbone; nous avons décidé d'en faire encore davantage, puisque c'est ce qu'on attend de nous.

Nous sommes heureux de pouvoir affirmer que, en 2016, nous avons réduit nos émissions de carbone de 3 % par rapport à nos résultats de 2015. Ces efforts de réduction de nos émissions nous ont rendus encore plus efficaces, ce qui nous a permis de réduire nos coûts et d'offrir de meilleurs prix à nos clients. En accélérant la cadence, nous espérons pouvoir réaliser encore plus de gains d'efficacité et réduire davantage nos prix, tout en ayant une incidence favorable sur notre environnement.

« À titre d'entreprise fièrement canadienne, nous voulons faire notre part pour assurer un avenir meilleur pour tous les Canadiens, en accord avec les cibles de réduction des émissions de carbone de notre pays. »

Sarah Davis, présidente de Loblaw et responsable du Comité directeur sur les émissions de carbone



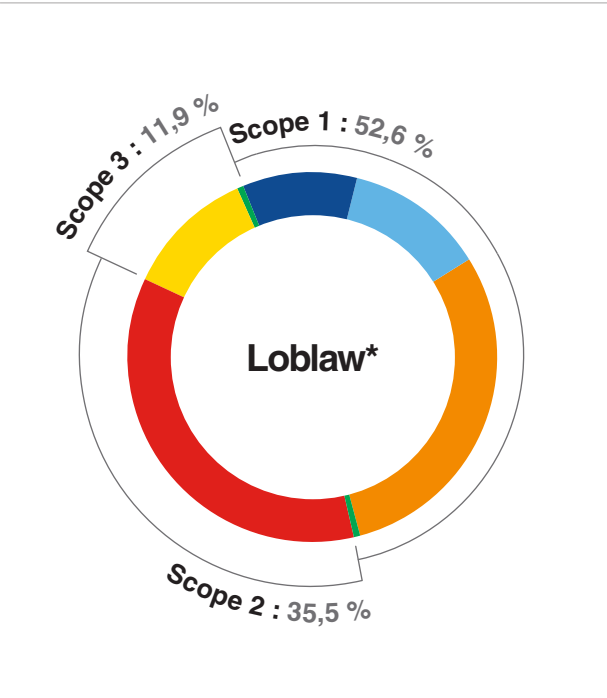
Les changements climatiques ne peuvent être ignorés, et les risques associés à l'inaction sont trop importants. Loblaw est fière de faire sa part afin de favoriser une économie plus forte et plus propre, afin que tous les Canadiens puissent bénéficier d'un avenir meilleur.

Consultez notre stratégie de réduction de l'empreinte carbone à loblaw.ca. ➡





Notre empreinte carbone



945 121**
tonnes CO₂e

Électricité	35,5 %
Fuites de gaz réfrigérants	29,6 %
Consommation d'énergie fossile des bâtiments	12,1 %
Matières résiduelles	11,2 %
Carburant utilisé pour la flotte de transport	10,1 %
Voyages d'affaires	1,5 %

* Les données n'incluent pas Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, les magasins franchisés, T&T Supermarkets et Arz.

** Les émissions de carbone sont calculées par la société The Delphi Group, conformément au protocole de déclaration des émissions de gaz à effet de serre.

Grâce à diverses initiatives en matière de réduction des émissions de carbone, Loblaw a réduit de 3 % ses émissions en 2016 par rapport à 2015. Les émissions directes (Scope 1) proviennent de la consommation en carburant de notre flotte de transport et de celle en énergie fossile de nos bâtiments, des fuites de gaz réfrigérants et des voyages d'affaires. Les émissions indirectes sont des émissions de gaz à effet de serre attribuables à notre consommation d'électricité (Scope 2), ainsi qu'aux matières résiduelles et autres voyages d'affaires (Scope 3).

Usage de réfrigérants à faible potentiel de réchauffement planétaire

En tant que détaillant en alimentation, nous vendons une quantité importante de produits réfrigérés. Environ 50 % de la consommation d'énergie d'un supermarché est attribuable à l'alimentation des systèmes de réfrigération. C'est pourquoi nous avons misé sur de nouvelles technologies de réfrigération plus efficaces pour réduire nos émissions. Nous avons entre autres modernisé les systèmes de réfrigération de nos magasins et de nos centres de distribution, en investissant dans des systèmes de réfrigération qui utilisent des gaz réfrigérants à faible potentiel de réchauffement planétaire tels que l'ammoniac, le dioxyde de carbone (CO₂) et les mélanges d'hydrofluoroléfines. Nous avons aussi élargi nos protocoles d'inspection afin de réduire les fuites de gaz réfrigérants.



Réduction de 1,8 % de la consommation d'électricité

Puisque l'éclairage, la réfrigération et les systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation (CVC) représentent la majorité de notre consommation d'énergie, nous avons, au cours des dernières années, établi et atteint des cibles annuelles de réduction de notre consommation d'électricité. En 2016, nous avons réduit la consommation d'électricité des magasins existants détenus par la société de 1,8 % par pied carré.

Notre programme continu de modernisation de l'éclairage à DEL dans les allées d'épicerie, les présentoirs de produits réfrigérés, les rayons des fruits et légumes et les stationnements a grandement contribué à notre succès en matière de réduction de la consommation d'électricité. Nous avons également poursuivi notre programme d'ajout de portes verticales aux présentoirs de produits laitiers et de produits surgelés dans les magasins d'alimentation détenus par la société afin d'empêcher l'air froid de s'échapper. Nous avons complété 40 projets au cours de la dernière année.

26 353 012 kWh

d'électricité consommée en moins dans les magasins d'alimentation détenus par la société en 2016, ce qui équivaut à la quantité d'électricité nécessaire pour alimenter environ 2 745 foyers canadiens durant un an.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Essai de nouvelles solutions de transport

Loblaw possède une imposante flotte de camions, et nous évaluons continuellement les nouvelles technologies permettant de réduire les émissions de carbone liées au transport. Nos réalisations pour 2016 vont comme suit :

- L'essai de camions au gaz naturel liquéfié (GNL) et au gaz naturel comprimé (GNC), tous deux produisant moins d'émissions de carbone que le diesel.
- L'essai de 10 remorques réfrigérées utilisant le réfrigérant R-452A pour conserver les produits réfrigérés ou surgelés durant le transport entre nos centres de distribution et nos magasins. Le réfrigérant R-452A a un potentiel de réchauffement planétaire plus faible que celui du

gaz habituellement utilisé dans les remorques réfrigérées.

- L'achat de camions-lits dotés d'un groupe auxiliaire solaire. Dans ces camions, la chaufferette, le climatiseur et les différents appareils (p. ex. : téléviseur, mini-réfrigérateur) de la section couchette sont alimentés par des batteries plutôt qu'au diesel, ce qui réduit le fonctionnement du moteur au ralenti.
- L'achat de conteneurs ferroviaires réfrigérés à deux étages afin d'augmenter la quantité de produits acheminés par rail, et par conséquent de réduire le nombre de camions sur la route. Surtout utilisé dans les provinces maritimes et dans l'Ouest, le train est un mode de transport efficace au chapitre de la consommation du carburant, dont l'empreinte carbone est plus faible que celle des camions.



Progrès en matière de récupération des matières résiduelles organiques

Dans chaque région, nous avons du personnel affecté spécialement dans l'amélioration du taux de récupération des matières résiduelles. En 2016, notre taux de récupération a atteint en moyenne 64 % dans les magasins d'alimentation détenus par la société, et 86 % dans les centres de distribution de Loblaw.

Nous poursuivons nos efforts de récupération des matières résiduelles organiques. Selon le type de matières organiques et leur emplacement, les matières résiduelles organiques sont recueillies et utilisées pour produire du compost, de la nourriture pour animaux ou de l'énergie renouvelable. La situation s'est grandement améliorée dans l'Ouest du Canada en ce qui a trait à la quantité de matières organiques détournée des sites d'enfouissement, en particulier à Edmonton, à Calgary, dans la région du Grand Vancouver et à Victoria. L'un des développements les plus prometteurs relativement à la récupération des matières résiduelles organiques consiste en la capacité de séparer mécaniquement les résidus alimentaires de leur emballage, ce qui contribue à augmenter le taux de récupération des matières résiduelles.

Réduction du nombre de sacs en plastique

Depuis 2007, nous avons réduit de près de 10 milliards le nombre de sacs en plastique distribués dans nos magasins.



Dons aux banques alimentaires et aux soupes populaires

Loblaw a à cœur de tout mettre en œuvre pour éviter de jeter des aliments encore propres à la consommation humaine. Nous avons mis en place un programme de récupération d'aliments sains dont nous pouvons faire don à des banques alimentaires, à des soupes populaires ou à des refuges locaux. En 2016, nous avons étendu le programme à 104 autres magasins d'alimentation détenus par la société, portant le total à 324 magasins. Lorsque nous avons appris que l'un des plus grands obstacles à l'élargissement du programme était la capacité limitée des banques alimentaires locales en matière de transport et d'entreposage des aliments périssables, nous avons collaboré avec Banques alimentaires Canada pour acheter de l'équipement et des camions réfrigérés, ce qui nous a permis de faire participer plus de magasins et d'aider plus de gens.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Joe Fresh fait d'importants progrès en matière d'approvisionnement en vêtements

par Ian Freedman, président, Joe Fresh

Depuis des décennies, Les Compagnies Loblaw Limitée fait de l'approvisionnement responsable une priorité. Il s'agit de l'un des piliers de notre engagement en matière de responsabilité sociale sur lequel reposent toutes nos décisions d'approvisionnement.

Chez Joe Fresh, nous nous sommes engagés à nous approvisionner de façon responsable. Nous avons établi un processus de concert avec notre chaîne d'approvisionnement pour nous assurer que nos fournisseurs étrangers adoptent des normes de travail équitables pour leurs employés et leurs offrent des conditions de travail sécuritaires.





*Joe Fresh fait
d'importants
progrès en
matière
d'approvision-
nement en
vêtements
(suite)*
→

Au cours des trois dernières années, nous avons mis en place des processus dans les plus importants marchés où nous nous approvisionnons en vêtements. Les usines étrangères pour lesquelles nous sommes l'importateur attiré doivent subir chaque année une vérification selon la norme Workplace Conditions Assessment (WCA). De plus, les usines situées en Inde, au Sri Lanka, au Bangladesh, au Cambodge, au Vietnam et en Thaïlande doivent se prêter à une évaluation de la sécurité des bâtiments et de la prévention des incendies, un prérequis pour faire affaire avec nous.

Nous disposons maintenant, dans les plus importants marchés, d'une équipe de 25 vérificateurs chargés de la conformité et des audits de production qui vivent et travaillent sur place pour s'assurer que les vérifications WCA et que les évaluations de la sécurité des

bâtiments et de la prévention des incendies ont bien lieu. Ces audits ont pour but de faire en sorte que les droits et la sécurité des travailleurs sont respectés, que les plans d'amélioration des usines progressent bien et que nos produits sont fabriqués dans des usines approuvées. Cet investissement assure un niveau de transparence et d'engagement plus élevé et nous permet de fournir un meilleur soutien à l'industrie du vêtement.

De plus, nous sommes fiers du travail que nous accomplissons de concert avec l'industrie mondiale du vêtement dans le cadre de l'Accord sur la sécurité incendie et bâtiments au Bangladesh. Au cours des trois dernières années, l'Accord a entraîné des améliorations notables dans les usines du Bangladesh : 1 600 usines ont en effet été inspectées et améliorées et de la formation en santé et sécurité a été donnée dans les usines employant plus de 437 000 travailleurs.

Nous avons donc réalisé des progrès importants au cours des dernières années, mais nous désirons faire encore mieux. Cette année, nous commencerons à divulguer à nos clients et à nos partenaires la liste des usines qui comptent parmi nos fournisseurs. Le fait de faire preuve de transparence nous amènera à améliorer encore davantage nos processus et à trouver des façons de collaborer encore mieux.

Chez *Joe Fresh*, nos clients s'attendent à ce que nous leur proposons des produits dont ils peuvent être fiers, et c'est ce que nous nous efforçons constamment de faire.

« Nous sommes fiers du travail que nous accomplissons de concert avec l'industrie mondiale du vêtement dans le cadre de l'Accord sur la sécurité incendie et bâtiments au Bangladesh. »

Ian Freedman, président, *Joe Fresh*



Rapport sur les
risques liés à la chaîne
d'approvisionnement

Vision mondiale Canada a publié un rapport dans lequel on évalue les efforts des détaillants canadiens pour éviter le travail infantile et le travail forcé dans leur chaîne d'approvisionnement.

Visitez visionmondiale.ca pour connaître le bilan de Loblaw à ce chapitre (rapport en anglais seulement). ➤





En quête d'un élevage de
bœuf durable

Les Canadiens sont de grands amateurs de bœuf, et le bœuf canadien est particulièrement populaire. Comptant parmi les plus grands acheteurs et vendeurs de bœuf au pays, Loblaw a tout intérêt à soutenir l'industrie canadienne du bœuf dans ses efforts en matière de durabilité.

Nous comprenons que l'élevage du bœuf soulève davantage de préoccupations relativement à l'environnement que d'autres types d'élevage, entre autres au niveau des émissions de gaz à effet de serre (GES) et de l'empreinte eau. Nous savons par contre que lorsqu'il se fait correctement, l'élevage du bœuf peut contribuer à un système agricole durable, en favorisant par exemple une plus grande biodiversité grâce à la préservation des pâturages. En collaboration avec d'autres parties prenantes de la chaîne de valeur du bœuf, nous nous sommes engagés à continuellement améliorer le rendement de l'industrie sur les plans social et environnemental. C'est pourquoi nous participons activement aux comités de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable, où nous travaillons à déterminer de quelles façons les activités de production du bœuf devraient être mesurées pour vérifier leur durabilité et leur conformité environnementale.

Loblaw fait partie des membres fondateurs du comité d'orientation de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable. À ce titre, nous

sommes fiers d'avoir contribué à l'atteinte de deux jalons au cours de la dernière année :

- Loblaw a contribué au financement de la première évaluation nationale de la durabilité de la production du bœuf, à la grandeur de la chaîne d'approvisionnement, ce qui a permis de mesurer le bilan social et économique de l'industrie canadienne du bœuf. Les résultats, publiés en octobre 2016, ont eu un impact favorable sur l'industrie et ont permis d'établir une stratégie d'intensification des efforts en matière de durabilité (évaluation en anglais seulement).
- Nous avons aussi participé à un projet pilote sur le bœuf durable, qui a permis de définir des indicateurs de durabilité et une méthode de vérification pour la production du bœuf canadien. Achievé en juin 2016, ce projet pilote a propulsé l'industrie canadienne du bœuf à l'avant-scène de la production mondiale de bœuf, la plaçant parmi les premières à se doter d'un programme de vérification de la durabilité.

Ces deux projets favorisent l'élaboration d'un programme national à long terme visant à assurer la durabilité de la production du bœuf au Canada. Les initiatives de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable sont particulièrement remarquables, parce qu'il s'agit d'efforts concertés de nombreuses parties prenantes, soit des producteurs, des transformateurs, des détaillants, des services alimentaires, des organismes non gouvernementaux, des universités et des entreprises alimentaires et agricoles.



Traçabilité du bœuf
jusqu'à la ferme

Les consommateurs cherchent de plus en plus à savoir d'où provient leur bœuf, et ce, jusqu'à la ferme même où il a été élevé. Certains considèrent la traçabilité comme une assurance de qualité. D'autres veulent s'assurer que l'animal a été traité sans cruauté.

Loblaw s'est fixé pour objectif d'assurer la traçabilité du bœuf canadien jusqu'à la ferme de naissance des animaux. Jusqu'ici, nous avons réussi à établir un mécanisme de traçabilité pour le bœuf Canada AAA de Loblaw, le bœuf haché canadien de Loblaw, le bœuf certifié Angus *le Choix du Président* et le bœuf de l'Ontario nourri au maïs jusqu'à la ferme où le bœuf a été élevé. Nous visons maintenant à préciser cette traçabilité jusqu'à la ferme de naissance.

La certification UTZ,
pour un excellent chocolat

Nous nous approvisionnons partout dans le monde et nous nous soucions de notre incidence sur les gens et les régions qui nous fournissent nos produits. Des techniques agricoles de production du cacao inefficaces ont entraîné des enjeux sur le plan environnemental. C'est pourquoi nous soutenons le programme de durabilité UTZ, qui permet aux producteurs d'apprendre de meilleures techniques agricoles, d'améliorer leurs conditions de travail et de mieux prendre soin de la planète. Les Tablettes de chocolat Or *le Choix du Président* ont été nos premiers produits faits à base de cacao certifié UTZ. Pendant la dernière année, nous y avons ajouté 10 produits de marques contrôlées, dont les tartinades chocolat et noisette *le Choix du Président*, et la Tablette de chocolat noir européen à la menthe *PC Biologique*. Chacun de ces produits porte le logo de la certification UTZ.





Protection des vaches
laitières vulnérables

En partenariat avec le Dr David Fraser, expert canadien réputé et conseiller scientifique de Loblaw en matière de bien-être des animaux, nous avons créé un fonds de recherche pluriannuel visant à évaluer les pratiques exemplaires pour ce qui est du traitement des vaches laitières vulnérables, soit celles qui doivent être retirées des troupeaux en raison de leur âge ou pour cause de maladie. Cette question est considérée comme une priorité de recherche et d'intervention par le Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage et le secteur laitier.

Avec le soutien des Producteurs laitiers du Canada, le Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage a rassemblé des experts à Ottawa en 2016 pour clarifier les préoccupations et les diverses options possibles. Présidé par le Dr David Fraser, et financée par Loblaw, le colloque a réuni des intervenants de la gestion des vaches laitières vulnérables provenant de tout le pays. En fonction de leurs recommandations et de celles d'autres parties prenantes, le Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage élabore actuellement un plan d'action, qui sera présenté en 2017.

Engagement en matière
de bien-être des animaux

Nos clients s'attendent à se procurer chez nous des produits sécuritaires, d'excellente qualité, acquis de manière responsable et produits sans cruauté.

De concert avec divers partenaires de l'industrie, experts du bien-être des animaux et producteurs, nous travaillons à trouver les meilleures solutions possibles. Membre associé du Conseil national pour les soins aux

animaux d'élevage, Loblaw considère les Codes de pratiques pour les soins et la manipulation des animaux d'élevage comme étant des lignes directrices crédibles, fiables et fondées sur la science.

Nous poursuivons nos efforts en matière de bien-être des animaux d'élevage et, au cours des dernières années, nous avons pris des engagements relativement aux normes des systèmes d'enclos de groupe pour les truies et les veaux de boucherie.

En 2016, de concert avec plusieurs détaillants membres du Conseil canadien du commerce de détail, nous avons pris l'engagement de nous approvisionner, d'ici la fin de 2025, uniquement en œufs provenant de poules élevées en liberté. Déjà, nos œufs PC et PC Biologique proviennent de poules élevées en liberté. En ce qui concerne nos Œufs bruns oméga-3 PC Menu bleu, nous avons commencé en 2015 la transition vers les œufs pondus en liberté.

Engagement relativement au bien-être des animaux



Apprenez-en plus sur nos Principes relativement au bien-être des animaux et visionnez notre vidéo en matière de bien-être des animaux à loblaw.ca (vidéo en anglais seulement). ▶

Notre gamme

d'œufs pondus en liberté* de marque contrôlée :

- Œufs pondus en liberté PC
- Œufs pondus en liberté PC Biologique
- Œufs bruns oméga-3 pondus en liberté PC Menu bleu



* Offerts en différents formats.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de
nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations
en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et
alliances avec l'industrie



Avoir une vision à long
terme en matière de santé
et de bien-être

par Mike Motz, président, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix

Comptant plus de 2 400 épiceries et pharmacies parmi ses enseignes partout au Canada, Loblaw est plus qu'un simple détaillant. Nous représentons pour les Canadiens une destination en laquelle ils peuvent avoir confiance pour tout ce qui a trait à leur alimentation, à leur santé et à leur bien-être. Notre réseau compte près de 200 000 collègues et employés, ce qui fait de nous un employeur de premier

plan dans plusieurs petites municipalités et en milieu rural. De plus, nous versons chaque année des millions de dollars à des banques alimentaires locales et à des organismes voués à la santé des femmes et à la nutrition des enfants. Ces efforts, qui profitent directement aux Canadiens, sont une source de grande fierté pour notre entreprise.



Avoir une vision
à long terme en
matière de santé
et de bien-être
(suite)
—>

Tandis que nous continuons à déployer de telles initiatives régionales, nous adoptons également une vision à long terme quant à notre stratégie d'investissement communautaire, au cœur de laquelle se trouvent la santé et le bien-être de nos collègues et de nos clients.

Les Canadiens sont de plus en plus aux prises avec des problèmes de santé, comme l'obésité et les maladies chroniques, qui nécessitent du soutien et des conseils. À ces problèmes s'ajoutent des enjeux tels que les besoins croissant liés au vieillissement de la population et à ceux d'une société où la technologie connaît une ascension grandissante, ce qui accroît la pression sur le système de soins de santé, et soulève des questions à savoir comment bien combler les besoins des Canadiens. Nous pensons détenir une position

« Nous pensons détenir une position privilégiée pour répondre aux nouvelles attentes en matière de soins de santé, grâce à l'expertise de notre personnel dans nos pharmacies et nos épiceries. »

Mike Motz, président, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix



privilégiée pour répondre aux nouvelles attentes en matière de soins de santé, grâce à l'expertise qui règne au sein de notre réseau de pharmacies et de nos épiceries.

Les pharmaciens* du réseau Shoppers Drug Mart/Pharmaprix sont des partenaires en soins de santé de confiance, qui peuvent aider à évaluer, à prévenir et à traiter des problèmes de santé mineurs ou plus graves. En portant notre regard sur l'avenir, nous croyons indispensable de fournir à nos équipes de pharmacie des outils technologiques novateurs qui leur permettront de mieux servir leurs patients. C'est dans cet esprit que nous mettons à l'essai un pilote d'un nouveau service de pharmacie numérique, qui permet de renouveler les ordonnances au moyen d'une technologie sécuritaire. L'acquisition de QHR Corporation, un chef de file dans le domaine des dossiers médicaux numérisés, nous aidera entre autres à gérer numériquement les dossiers, les ordonnances et les résultats de laboratoire des patients. Grâce à Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, nos clients peuvent bénéficier de soins de santé à valeur ajoutée, qui offrent une commodité accrue.

De même, le bien-être gagne en importance dans nos épiceries, où nous bonifions notre offre de produits de Soins naturels et biologiques. Par l'entremise de notre réseau de diététistes en magasin, nous entretenons le dialogue sur le bien-être, et nous aidons nos clients à faire des choix alimentaires plus sains, grâce entre autres à notre programme de classement nutritionnel Guide-étoiles^{MD}. Dans l'ensemble du pays, notre réseau abrite

1 762 pharmacies, 173 rayons Mode Vision et 156 cliniques médicales, qui contribuent à favoriser l'accès à des solutions de soins de santé. Par ailleurs, les magasins de notre division Escompte et ceux de notre division Marché sont en mesure d'aider les consommateurs quand vient le temps de faire des choix pour eux et leur famille. Il s'agit d'une importante responsabilité que nous prenons très au sérieux.

Nous croyons que la santé et le bien-être doivent être au cœur de notre offre. C'est ce qui relie l'ensemble de notre entreprise et donne tout son sens à notre raison d'être, soit *Profiter pleinement de la vie*. Et quand il s'agit de soutenir nos communautés, il est difficile de demander mieux!

Les pharmaciens œuvrant dans le réseau de Loblaw et de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix ont effectué **plus de 860 000** services de gestion de la pharmacothérapie.**



* Par pharmaciens, nous entendons également les pharmaciens-proprétaires, ainsi que leurs employés, des enseignes Pharmaprix et CENTRESanté.

** Les données n'incluent pas les pharmacies de Loblaw au Québec.



Donner la priorité à la
santé des femmes

La santé des femmes et des enfants occupe une place importante dans nos efforts de contribution à la communauté.

L'un des programmes dont nous sommes le plus fiers est notre association à la Fondation canadienne du cancer du sein (désormais la Société canadienne du cancer) à titre de commanditaire du service mobile de mammographie de l'Agence du cancer de la Colombie-Britannique, qui a permis d'effectuer un test mobile de dépistage du cancer du sein

auprès de 19 815 femmes de la Colombie-Britannique. En moyenne, on détecte cinq cas de cancer par 1 000 femmes examinées. Jodie, gérante des cosmétiques dans l'un de nos établissements *Shoppers Drug Mart*, fait partie de ces cas. Nous avons aidé Jodie à faire connaître son histoire, à savoir comment la mammographie lui a sauvé la vie.

Tenue annuellement, la Course pour les FEMMES PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS., qui a eu lieu dans 15 villes du Canada, a attiré près de 15 000 participants et a permis de sensibiliser le public et d'amasser des fonds au profit d'organismes



PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. : L'histoire de Jodie



Apprenez-en plus sur l'histoire de Jodie à [youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=...) (vidéo en anglais seulement). ▶



œuvrant en matière de santé mentale pour les femmes.

On aide les enfants à
se surpasser

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECF) a versé 15,3 millions de dollars à des programmes de nutrition pour les enfants et à des familles dont un enfant est atteint d'une déficience afin de leur donner accès à des thérapies essentielles et à de l'équipement spécialisé. Ce montant porte le total versé à 146 millions de dollars depuis 1989.

Des programmes de déjeuners et de collations, en passant par l'enseignement d'une saine alimentation auprès des enfants et au financement de rénovations de cuisines dans des centres de services

jeunesse, la FECF a fait don de plus de 6,1 millions de dollars pour soutenir la nutrition et combattre la faim en 2016. La Fondation a également commencé à financer un nouveau programme visant à augmenter le taux de réussite des jeunes provenant de familles à faible revenu, au moyen de repas nutritifs et d'activités spéciales durant la période estivale, alors que les programmes de déjeuners et de repas du midi habituellement offerts à l'école ne sont pas disponibles.





5 millions de dollars pour
le secours aux sinistrés

Les clients et les collègues de Loblaw, nos franchisés et leurs employés, ainsi que nos pharmaciens-propriétaires et leurs équipes ont été vivement touchés par les incendies de forêt de Fort McMurray, en Alberta, ce qui a donné lieu à la plus grande collecte de fonds de notre histoire. Grâce à cette générosité, nous avons pu verser près de 5 millions de dollars à la Croix-Rouge pour venir en aide aux sinistrés.

Les efforts collectifs ont permis entre autres de recueillir :

- 280 000 \$ en produits alimentaires et de soins de santé essentiels remis aux centres d'évacuation et aux premiers répondants;
- plus de 4,3 millions de dollars en dons en argent recueillis dans les magasins de Loblaw et *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix*;
- 77,5 millions de points *Shoppers/Pharmaprix Optimum* offerts en don;
- 47 000 articles vestimentaires *Joe Fresh* fournis aux résidents évacués;
- un don d'entreprise de 100 000 \$ versé à la Croix-Rouge pour répondre aux besoins immédiats des personnes évacuées.



Nous avons versé 65 millions de dollars

à des organismes de bienfaisance et à but non lucratif partout au Canada, avec l'aide de nos clients, de nos collègues et de nos partenaires d'affaires, ainsi que de nos franchisés et de leurs employés.

Des soins de santé
accessibles dans une
pharmacie près de
chez vous

Les gouvernements provinciaux et les patients sont de plus en plus conscients que les pharmacies peuvent contribuer de façon importante au désengorgement du système de soins de santé, en fournissant des services professionnels plus facilement accessibles à la clientèle.

Prenons par exemple le rôle qu'ils jouent dans la révision de la médication. À mesure que notre population vieillit, les médicaments deviennent souvent un élément important de la gestion des maladies chroniques. Pendant une révision de la médication, les pharmaciens de Loblaw et de *Shoppers Drug Mart* évaluent tous les médicaments d'un patient afin de s'assurer que ceux-ci sont pris de façon sécuritaire et de manière appropriée. Ils répondent aussi aux questions concernant les effets secondaires et les interactions médicamenteuses des médicaments en vente libre, et offrent souvent des recommandations aux médecins.

L'élargissement du champ de pratique des pharmaciens a également amélioré les taux de vaccination partout au Canada. Dans les provinces où ils sont autorisés à le faire, les pharmaciens ont aussi administré des vaccins contre la grippe, la varicelle, la coqueluche et le tétanos, en plus des vaccins de voyage, entre autres contre la fièvre typhoïde et les hépatites A et B.

Dans plusieurs provinces, les pharmaciens* peuvent désormais évaluer et prescrire les médicaments appropriés pour les problèmes de santé mineurs tels que les allergies saisonnières, l'acné ou l'eczéma. Dans un sondage auprès de patients qui ont consulté un pharmacien pour un problème de santé mineur, 76 % des répondants ont indiqué que s'ils n'avaient pas pu profiter de l'expertise de leur pharmacien, ils seraient allés chez leur médecin de famille, dans une clinique ou à l'urgence, ce qui aurait occasionné de plus grands frais pour le système de soins de santé et aurait été beaucoup plus long¹.

1,1 million de vaccins
contre la grippe

administrés par les pharmaciens de Loblaw et de *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix*.

* Par pharmaciens, nous entendons également les pharmaciens-propriétaires, ainsi que leurs employés, des enseignes *Pharmaprix* et *CENTRESanté*.
1. *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, Sustainable Solutions Report : Pharmacist Interventions in Minor Ailments*, juin 2016 (en anglais).



Des choix alimentaires
de qualité

En tant que détaillant en alimentation, Loblaw est toujours à l'affût des nouvelles tendances et des nouveaux produits pour nous assurer de toujours répondre aux besoins et aux attentes de nos clients.

Ainsi, en 2016, nous avons lancé 33 nouveaux produits *PC Biologique*, incluant des fruits et légumes, des produits pour bébés et des produits de *Soins naturels* tels que le Kéfir *PC Biologique* et le Hummus *PC Biologique*. La marque *PC Biologique* et le logo *Biologique Canada* signifient que nos produits ont été certifiés selon les principes d'agriculture et de production biologiques, qui favorisent la durabilité de même qu'une approche naturelle du contrôle des mauvaises herbes, des organismes nuisibles et des maladies, et qui interdit l'utilisation des matières et des produits génétiquement modifiés.



Grâce à nos producteurs dévoués et à la gamme *PC Simplement bon*, nous offrons de la viande provenant d'animaux élevés sans l'utilisation d'antibiotiques ni d'hormones*. Cette gamme compte plus de 100 produits de volaille, de porc, de bœuf et d'agneau. Toutes les viandes *PC Simplement bon* proviennent d'animaux suivant un régime conçu pour assurer une santé et une alimentation optimales.

Nous offrons une vaste gamme de produits sans gluten, sans lactose et sans arachides, qui respectent les restrictions alimentaires et les préférences de nombreux Canadiens. En 2012, nous avons lancé une gamme de produits sans gluten de marque *le Choix du Président*; nous proposons aujourd'hui 45 produits répartis dans les catégories Boulangerie et Épicerie. Offrir des aliments savoureux est une priorité, et nous faisons le maximum pour que les consommateurs de produits sans gluten puissent profiter des mêmes plaisirs de la table et découvrir les nouvelles tendances, comme tout le monde.

Notre gamme de fruits et légumes *sans nom Naturellement imparfaits* propose aux consommateurs des produits plus petits que la normale ou déformés à prix réduit. Les consommateurs ont répondu favorablement à cette offre, ce qui nous a incités à ajouter

7 nouveaux produits à la gamme en 2016.



Manger santé, c'est facile!

Guide-étoiles^{MD} est un système convivial qui aide les consommateurs à repérer facilement les aliments nutritifs partout en magasin. Grâce à ce système, plus de 56 000 produits ont obtenu jusqu'à trois étoiles pour leur valeur nutritionnelle, et leur classement est affiché bien en vue sur les étiquettes d'étagère en épicerie. Nos données internes indiquent que 29 % des clients de Loblaw qui connaissent le programme consultent toujours ou presque toujours le classement des produits en faisant leur épicerie.

En 2016, nous avons introduit le Chercheur de valeurs nutritionnelles Guide-étoiles sur les sites Web de nos magasins. Il permet à nos clients, au grand public et aux professionnels de la santé de comprendre plus facilement comment les produits obtiennent leur classement Guide-étoiles. Le Chercheur fournit également la liste d'ingrédients et la valeur nutritionnelle de la plupart des aliments.



* Au Canada, tous les porcs, la volaille et l'agneau sont élevés sans l'utilisation d'hormones ajoutées.



Programme de dons aux
collègues bénévoles

En dépit de leurs nombreuses obligations professionnelles et familiales, nos collègues, ainsi que les franchisés et leurs employés, mettent leur temps, leurs talents et leurs ressources au service d'organismes de bienfaisance ou à but non lucratif de leur communauté. Nous louons leur travail et, par le biais du Programme de dons aux collègues bénévoles, nous offrons jusqu'à 500 \$ à l'organisme pour lequel un collègue fait du bénévolat au moins 40 heures par année.

Des gens et une culture
qui comptent

Comptant parmi les plus importants employeurs au pays, nous reconnaissons l'importance de nos gens et nous mettons tout en œuvre pour qu'ils soient heureux au travail.

Au cours des trois dernières années, nous avons mis l'accent sur le développement d'une culture d'entreprise dans nos magasins, nos centres de distribution et nos bureaux. Nous croyons que nos comportements et nos relations influent sur notre façon de servir la clientèle, et nous avons pour objectif de devenir de meilleures personnes, de meilleures équipes et une meilleure entreprise. Par l'entremise de divers programmes, nos collègues sont invités à adhérer à une culture commune où chacun peut être authentique, bâtir la confiance et créer des liens.

Voici un résumé de ce que nous avons accompli en 2016 :

- Nous avons mis sur pied un atelier de développement de la culture d'entreprise, d'une durée de deux jours, afin de solidement enraciner la culture commune au sein de notre organisation. Il s'agit de prendre conscience de ses habitudes personnelles et d'acquérir des outils de développement de la culture collective. Plus de 5 500 personnes ont participé à l'atelier en 2016, et de nombreuses autres le feront au cours des deux prochaines années.
- Nous avons intégré des concepts associés à la culture dans nos programmes destinés au personnel, tels que la reconnaissance et le perfectionnement individuel, ainsi que diverses activités telles que les

tournées des magasins et les réunions.

- À l'aide d'entrevues individuelles et d'ateliers, nos hauts dirigeants sont invités à développer une organisation plus respectueuse à l'égard du sexe des gens. Au cours de l'année qui vient, ces ateliers seront offerts à divers départements.
- Femmes@Loblaw a lancé un nouveau programme, « Reel Conversations », qui invite les collègues intéressées à visionner des vidéos sur divers sujets, puis à en discuter.
- Notre groupe-ressource pour employés LGBTQIA (Lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres et leurs alliés) a orchestré les célébrations entourant le tout premier Mois de la fierté au Canada. Des drapeaux de la fierté ont été installés un peu partout et les collègues ont organisé des activités amusantes dans nos magasins, nos centres de distribution et nos bureaux.

Les résultats de notre sondage annuel « Dire les choses comme elles sont » sont un important outil de mesure de notre succès. C'est pourquoi nous avons été heureux d'apprendre que notre cote d'engagement des employés avait augmenté de 3 % par rapport à 2015. Au total, 78 % des collègues ont affirmé qu'ils recommanderaient Loblaw comme étant un milieu de travail formidable, ce qui dépasse de 9 % la moyenne dans le secteur du commerce de détail. De plus, 89 % des collègues estiment que l'entreprise facilite l'intégration et le sentiment d'acceptation des personnes d'origines diverses, ce qui dépasse de 10 % la moyenne dans le secteur du commerce de détail.



Engagement

Le résultat sur l'engagement à l'échelle de l'entreprise a augmenté de 3 % par rapport à 2015.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Objectifs et réalisations en 2016

Environnement



OBJECTIF : Élaborer une stratégie de réduction de nos émissions de carbone.

RÉALISATION : Nous avons établi une stratégie de réduction des émissions de carbone, avec pour objectif de réduire nos émissions de 20 % d'ici 2020, et de 30 % d'ici 2030, par rapport à nos taux de 2011. Voir les [pages 4 et 5](#).



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

RÉALISATION : Nous avons amorcé une évaluation de l'empreinte eau des activités de la société, afin d'établir une mesure de référence pour la gestion future de notre empreinte eau.



OBJECTIF : Réduire la consommation totale d'électricité de 2 % par pied carré dans les magasins d'alimentation existants détenus par la société.

RÉALISATION : Nous avons réduit la consommation d'électricité de 1,8 % par pied carré dans les magasins d'alimentation existants détenus par la société. Voir la [page 6](#).



OBJECTIF : Réduction de 5 % des fuites de gaz réfrigérants dans les magasins d'alimentation existants détenus par la société.

RÉALISATION : Nous avons réduit les fuites de gaz réfrigérants de 11,5 % dans les magasins d'alimentation existants détenus par la société grâce à la modernisation de l'équipement et à un processus rigoureux de détection des fuites.



OBJECTIF : Installer un système de réfrigération au CO₂ dans quatre magasins d'alimentation détenus par la société.

RÉALISATION : Nous avons installé un système de réfrigération au CO₂ dans trois magasins d'alimentation en 2016, puis effectué une quatrième installation au début de 2017.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2017, installer des portes verticales sur les présentoirs de produits laitiers et surgelés des magasins d'alimentation détenus par la société. Trente-sept projets devaient être terminés d'ici la fin de 2016.

RÉALISATION : Nous avons installé des portes verticales sur les présentoirs de produits laitiers et surgelés dans 40 magasins d'alimentation détenus par la société en Colombie-Britannique, au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse et en Ontario.



OBJECTIF : Réduire les matières résiduelles générées par les magasins d'alimentation détenus par la société et les magasins *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix* par rapport à 2015 (Loblaw – Ontario, 66 %; Québec, 64 %; Ouest, 58 %; Atlantique, 68 %; *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix*, 52 %).

RÉALISATION : Nos résultats relativement à la récupération des matières résiduelles des magasins d'alimentation détenus par la société : 64 % en Ontario; 65 % au Québec; 63 % dans l'Ouest; et 64 % dans l'Atlantique. Voir la [page 7](#).

Nous fournirons le bilan de *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix* en matière de récupération des matières résiduelles dans nos rapports à venir, tout comme pour notre stratégie de réduction de l'empreinte carbone.



OBJECTIF : Les fibres utilisées dans les boîtes de carton ondulé, les cartons plats et les plateaux de carton devront provenir de matières recyclées ou de forêts certifiées durables d'ici la fin de 2018.

RÉALISATION : Objectif sur la bonne voie. Nous avons mis à jour le système de caractérisation relativement aux emballages et continué à contrôler les progrès réalisés conformément à notre cadre interne en matière d'emballage.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2016, lancer une gamme de cartouches individuelles de café *le Choix du Président* 100 % compostables et certifiées BPI.

RÉALISATION : Nous avons lancé 17 variétés (UGS) de cartouches individuelles de café *le Choix du Président* 100 % compostables* certifiées BPI, faites de matières renouvelables.

Ces cartouches ont été les premières à recevoir la certification du Biodegradable Products Institute (BPI), qui assure que les produits satisfont aux normes scientifiques internationales en matière de compostage, grâce à des tests et à des vérifications effectués rigoureusement et de manière indépendante. Les cartouches compostables *le Choix du Président* sont faciles à repérer grâce au logo du BPI qui figure sur l'emballage et à l'anneau brun de la cartouche.



Objectif atteint



Objectif presque atteint ou sur la bonne voie



Objectif non atteint ou en phase initiale

* À être récupérées dans le cadre des programmes de recyclage municipaux. Il se peut que le compostage ne soit pas offert dans toutes les municipalités.



Approvisionnement



OBJECTIF : D'ici la fin de 2018, retirer le triclosane, les phtalates et les microbilles de plastique des produits d'entretien ménager, de soins corporels et de beauté *Life Brand* et *le Choix du Président*.

RÉALISATION : Nous avons commencé à travailler de concert avec nos fournisseurs en vue de changer la formule des produits d'entretien ménager, de soins corporels et de beauté *Life Brand* et *le Choix du Président*, afin d'en retirer le triclosane, les phtalates et les microbilles de plastique. Nous avons par ailleurs appris que les phtalates contenus dans ces produits peuvent provenir de sources comme l'équipement de fabrication et les emballages. Nous encourageons nos fournisseurs à repérer et à éliminer les phtalates pouvant provenir de ces sources.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2016, étendre aux produits de marques *Life Brand* et *Joe Fresh* notre engagement à nous approvisionner en huile de palme durable.

RÉALISATION : Nous avons collaboré avec nos fournisseurs pour comptabiliser les volumes d'huile de palme contenus dans les produits *Life Brand* et *Joe Fresh*. Nous nous sommes assurés que les volumes rapportés sont en accord avec les modèles de chaîne d'approvisionnement de la Table ronde sur l'huile de palme durable.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2016, lancer plus de produits de marques contrôlées certifiés durables et responsables par le Marine Stewardship Council (MSC) et l'Aquaculture Stewardship Council (ASC).

RÉALISATION : Nous avons lancé un nouveau produit *le Choix du Président* certifié par le MSC plus tôt que prévu, soit à la fin de l'année 2015, ainsi que deux autres produits en 2016. Ces produits comprennent le Tataki de thon *PC*, la Nourriture pour chiens et la Nourriture pour chats *PC Nutrition Première*.



OBJECTIF : Contribuer à l'élaboration d'une norme nationale sur le bœuf durable en participant activement aux comités de vérification et de définition des indicateurs de durabilité de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable.

RÉALISATION : Loblaw est un membre actif de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable, qui a pour but de soutenir les efforts en matière de durabilité afin que l'industrie canadienne du bœuf soit économiquement viable, écologiquement saine et socialement responsable. Voir la [page 10](#).



OBJECTIF : D'ici la fin de 2016, lancer huit produits de cacao de marques contrôlées certifiés UTZ.

RÉALISATION : Nous avons lancé 10 produits *le Choix du Président* respectant les pratiques durables en matière de culture du cacao conformément au programme de durabilité d'UTZ. Voir la [page 10](#).



OBJECTIF : D'ici la fin de 2018, nous approvisionner exclusivement en veau frais auprès de fournisseurs ayant adopté un système d'enclos de groupe.

RÉALISATION : Objectif sur la bonne voie. Nous continuons de faire le suivi nécessaire auprès de nos fournisseurs de veau frais.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2022, nous approvisionner exclusivement en porc frais auprès de fournisseurs ayant adopté un système d'enclos de groupe.

RÉALISATION : Objectif sur la bonne voie. Nous continuons de faire le suivi nécessaire auprès de nos fournisseurs de porc frais.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2025, nous approvisionner exclusivement en œufs provenant de poules élevées en liberté.

RÉALISATION : Objectif sur la bonne voie. Nous continuons de faire le suivi nécessaire auprès de nos fournisseurs d'œufs. Voir la [page 11](#).



OBJECTIF : Agrandir l'équipe responsable de la vérification de la conformité et l'équipe de vérification de la production dans les plus importants marchés.

RÉALISATION : Nous disposons d'une équipe de 25 vérificateurs chargés de la conformité et des audits de production qui travaillent sur place pour s'assurer que les évaluations aient lieu, que les plans d'améliorations des usines progressent bien et que nos produits sont fabriqués dans des usines approuvées. Voir les [pages 8 et 9](#).



Objectif atteint



Objectif presque atteint ou sur la bonne voie



Objectif non atteint ou en phase initiale



Communauté



OBJECTIF : Lancer un outil en ligne pour renseigner les clients sur le système de classement des aliments Guide-étoiles^{MD}.

RÉALISATION : Nous avons créé le Chercheur de valeurs nutritionnelles Guide-étoiles en ligne, qui permet aux clients, au grand public et aux professionnels de la santé de consulter le classement Guide-étoiles des produits, et d'en connaître les ingrédients et la valeur nutritionnelle.

La section Bien-être des sites Web de nos magasins fournit également aux clients des renseignements sur le système de classement Guide-étoiles, notamment quant à son fonctionnement et les renseignements à consulter en magasin.

Voir la [page 16](#).



OBJECTIF : Offrir aux écoles 1 900 visites interactives en magasin axées sur la nutrition.

RÉALISATION : Nous avons tenu 1 277 visites éducatives sur la nutrition. Ainsi, 27 980 enfants ont appris comment lire les étiquettes des produits alimentaires et comment utiliser le système de classement des aliments Guide-étoiles.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2016, lancer 30 nouveaux produits *PC* Biologique.

RÉALISATION : Nous avons lancé 33 nouveaux produits *PC* Biologique, entre autres dans les catégories bébés, épicerie et fruits et légumes. Voir la [page 16](#).



OBJECTIF : Lancer 10 produits *sans nom* *Naturellement imparfaits* dans certains magasins.

RÉALISATION : Nous avons lancé 4 produits *sans nom* *Naturellement imparfaits* plus tôt que prévu, soit à la fin de 2015, en plus de 7 nouveaux produits en 2016. Ces produits comprennent des poivrons, des oignons, des carottes, des champignons et des poires. Voir la [page 16](#).



OBJECTIF : Étendre les services du Centre de contact* des patients de *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix* à d'autres provinces du Canada.

RÉALISATION : Nous offrons ce service en Colombie-Britannique depuis 2016, et en Alberta depuis le début de 2017. L'équipe du Centre de contact joint de façon proactive les patients qui tardent à renouveler leurs médicaments.



OBJECTIF : Fournir des services aux patients à deux millions de reprises (p. ex. : la vaccination, les consultations de santé et les évaluations de risques).

RÉALISATION : Nous avons fourni plus de 2,8 millions de services individuels aux patients**, y compris des révisions de la médication, des vaccins et des prescriptions de médicaments. Voir la [page 15](#).



OBJECTIF : Verser 16 millions de dollars à des enfants atteints d'une déficience et à des programmes de nutrition pour les enfants, par l'entremise de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président* (FECF).

RÉALISATION : La FECF a versé plus de 6,1 millions de dollars à des programmes de nutrition pour les enfants, et plus de 9,2 millions de dollars à des enfants atteints d'une déficience.



OBJECTIF : Fournir des repas nutritifs à 500 000 enfants partout au pays, grâce aux dons de la FECF.

RÉALISATION : Au moyen de dons à des programmes de nutrition pour les enfants, la FECF a fourni des repas nutritifs à plus de 449 000 enfants partout au pays.



OBJECTIF : Étendre le programme de récupération des aliments de Loblaw à 20 magasins de plus qu'en 2015 parmi les magasins d'alimentation détenus par la société.

RÉALISATION : Nous avons étendu le programme de récupération des aliments de Loblaw à 104 autres magasins, portant le total à 324 magasins d'alimentation détenus par la société. Dans le cadre de ce programme, les aliments excédentaires périssables encore propres à la consommation sont donnés à des banques alimentaires locales. Voir la [page 7](#).



Objectif atteint



Objectif presque atteint ou sur la bonne voie



Objectif non atteint ou en phase initiale

* Le Centre de contact des patients offre actuellement ses services aux patients de l'Ontario, de la Colombie-Britannique, du Manitoba, du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse.

** Les données n'incluent pas les pharmacies de Loblaw au Québec.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de
nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations
en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et
alliances avec l'industrie



Objectifs et réalisations en 2016



OBJECTIF : Grâce à nos collectes nationales semi-annuelles de denrées, recueillir 2,5 millions de dollars et 907 180 kg de denrées pour aider les banques alimentaires provinciales et municipales partout au pays.

RÉALISATION : Nous avons recueilli 2,8 millions de dollars et 816 460 kg de denrées pendant nos campagnes de collecte de denrées du printemps et des Fêtes, tenues dans les magasins détenus par la société et les magasins franchisés partout au pays. Chaque magasin est associé à une banque alimentaire locale.



OBJECTIF : Ajouter trois sites et accroître la participation à la Course pour les FEMMES PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. afin de faire passer le nombre de participants de 11 000 à 15 000.

RÉALISATION : Nous avons ajouté trois sites (Toronto et London, en Ontario, et St. John's, à Terre-Neuve-et-Labrador). La Course a attiré près de 15 000 participants.



OBJECTIF : Par l'entremise de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix, offrir un soutien financier à 500 organismes de bienfaisance locaux axés sur la santé et le bien-être des femmes.

RÉALISATION : Avec l'aide de nos pharmaciens-propriétaires et de nos clients, 671 organismes de bienfaisance ont reçu du financement et du soutien.



OBJECTIF : Fournir des services mobiles de mammographie à 25 000 femmes de la Colombie-Britannique.

RÉALISATION : En partenariat avec la Fondation canadienne du cancer du sein (désormais la Société canadienne du cancer), nous avons commandité le service mobile de mammographie de l'Agence du cancer de la Colombie-Britannique pour fournir un test de dépistage du cancer du sein à 19 815 femmes de la Colombie-Britannique. Le programme doit continuer dans la province en 2017. Voir la page 14.



OBJECTIF : Réduire le nombre total d'accidents en milieu de travail de 5 %.

RÉALISATION : Nous avons réduit de 3,9 % le nombre total d'accidents.



OBJECTIF : D'ici la fin de 2017, augmenter le taux d'engagement de 3 % dans l'ensemble de l'entreprise, par rapport aux résultats de 2015.

RÉALISATION : Nous avons atteint cette cible avant l'échéance prévue, augmentant de 3 % le taux d'engagement dans l'ensemble de l'entreprise, par rapport aux résultats de 2015.



Objectif atteint



Objectif presque atteint ou sur la bonne voie



Objectif non atteint ou en phase initiale



OBJECTIF : Étendre les programmes de développement des talents aux collègues de Loblaw des magasins d'alimentation détenus par la société et des centres de distribution.

RÉALISATION : En plus d'étendre les programmes de développement des talents déjà existants, nous en avons ajouté de nouveaux, dont les deux suivants : le programme 50 en 5 de la chaîne d'approvisionnement, qui, au cours des cinq prochaines années, permettra à 50 gestionnaires prometteurs d'acquérir les compétences nécessaires pour gravir deux échelons hiérarchiques au sein de la chaîne d'approvisionnement; et le programme Everything Leadership de Real Canadian Wholesale Club, qui prépare des directeurs adjoints de magasin à devenir directeurs de magasin.



À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Objectifs

À partir de maintenant, nous établirons des objectifs et concentrerons nos efforts sur des enjeux qui revêtent beaucoup d'importance pour nos collègues et nos clients, et sur lesquels nous pouvons avoir une réelle incidence. Plusieurs de ces objectifs ne pourront se réaliser que sur plusieurs années. Nous ferons état des progrès accomplis annuellement dans nos rapports sur la RSE.

Environnement

Réduire de 20 % l'empreinte carbone des activités liées à notre exploitation d'ici 2020, et de 30 % d'ici 2030.

Les fibres utilisées dans les boîtes de carton ondulé, les cartons plats et les plateaux de carton devront provenir de matières recyclées ou de forêts certifiées durables d'ici la fin de 2018.

Approvisionnement

D'ici la fin de 2018, fabriquer nos produits d'entretien ménager, de soins corporels et de beauté *Life Brand* et *le Choix du Président* sans triclosane, phtalates ou microbilles de plastique, et encourager nos fournisseurs à repérer et à éliminer les phtalates pouvant provenir d'autres sources, comme l'équipement de fabrication et l'emballage.

D'ici la fin de 2018, nous approvisionner exclusivement en veau frais auprès de fournisseurs ayant adopté un système d'enclos de groupe.

D'ici la fin de 2022, nous approvisionner exclusivement en porc frais auprès de fournisseurs ayant adopté un système d'enclos de groupe.

D'ici la fin de 2025, nous approvisionner exclusivement en œufs provenant de poules élevées en liberté.

Divulguer sur notre site Web la liste des usines de vêtements situées à l'étranger avec lesquelles nous faisons directement affaire et la mettre à jour deux fois par année.

D'ici la fin de 2017, faire en sorte que trois fermes de l'Ontario et du Québec cultivent cinq fruits ou légumes exotiques afin d'augmenter notre offre de produits multiculturels.

Communauté

D'ici la fin de 2017, avec l'aide de nos clients, collègues et employés, et de nos partenaires d'affaires, verser plus de 65 millions de dollars à des organismes de bienfaisance et à but non lucratif partout au Canada, incluant des programmes à l'intention des femmes et de la santé des enfants grâce à *PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS.* et à la *Fondation pour les enfants le Choix du Président*.

D'ici la fin de 2017, sensibiliser 500 000 enfants à l'importance d'une saine alimentation et des pratiques alimentaires durables dans nos magasins de la division Marché.

D'ici la fin de 2018, amasser 3 millions de dollars à verser à divers organismes dans le cadre de notre programme « Économisez Redonnez » dans nos magasins de la division Escompte.

D'ici la fin de 2017, lancer une plateforme de santé et de bien-être pour nos collègues et nos clients.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Gouvernance

Nous croyons que nos valeurs et celles de nos clients doivent se refléter dans notre façon de faire des affaires.

La responsabilité, quant à notre rendement à ce chapitre, réside au sommet. Notre conseil d'administration donne l'exemple en favorisant une culture d'intégrité, de respect et de responsabilisation. Dans le cadre de ses responsabilités fiduciaires, le Conseil supervise les activités de l'entreprise relativement à la gestion des enjeux sociaux et environnementaux.

Code de conduite des collègues

Notre Code de conduite reflète nos valeurs communes et notre engagement à respecter des normes strictes quant à la conduite de nos affaires. Le code explique aux collègues leur rôle à titre d'ambassadeurs de Les Compagnies Loblaw Limitée, de ses magasins et de ses marques, ainsi que les comportements à adopter à ce titre.



Tous nos collègues doivent lire, comprendre et respecter le Code de même que les politiques et procédures qui s'y rattachent.

Code de conduite des fournisseurs

Nos fournisseurs sont des partenaires lorsqu'il s'agit de bien servir la clientèle, et nous nous attendons à ce qu'ils adhèrent aux mêmes valeurs et aux mêmes principes que nous. Le Code de conduite des fournisseurs décrit les normes minimales que tous les fournisseurs de Loblaw doivent respecter.

Apprenez-en davantage sur notre Code de conduite des fournisseurs à loblaw.ca.

Valeurs communes

Nos valeurs communes sont le reflet de ce qui nous tient à cœur en tant qu'entreprise et guident nos actions.

Ê

ENGAGEMENT
Faire preuve de responsabilisation et de mobilisation chaque jour.

T

TENIR À CŒUR
Vise à améliorer le bien-être de tous les Canadiens.

R

RESPECT
Agir avec intégrité, respect et ouverture d'esprit chaque jour.

E

EXCELLENCE
Collaborer pour être le chef de file en matière d'innovation et de performance supérieure.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de
nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations
en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et
alliances avec l'industrie



Membres du comité
de RSE

Notre comité de RSE est formé de représentants des différents secteurs d'activité de l'entreprise. Ceux-ci établissent les priorités, les indicateurs et les responsabilités pour chacun de nos trois piliers de RSE, puis chapeautent le déploiement des différentes initiatives à l'échelle de l'entreprise.

(de gauche à droite dans la photo ci-dessus)

Rosanna D'Alessandro, spécialiste, RSE

Sonya Fiorini, directrice principale, RSE

Leila Fenc, directrice principale, Investissements communautaires, et directrice exécutive, Fondation pour les enfants *le Choix du Président*

Alain Brandon, directeur principal, Relations gouvernementales et RSE

Shawn Dalrymple, directeur, Communications internes

Ian Gordon, vice-président principal, Marques Loblaw

Jeannette Wang, vice-présidente principale, Affaires pharmaceutiques et Services aux patients

Rob Wiebe, vice-président exécutif, Chaîne d'approvisionnement

Mark Schembri, vice-président, Maintenance

Kevin Groh, vice-président, Affaires corporatives et communications

Kim Lee, vice-présidente, Relations avec les investisseurs, FPI Propriétés de Choix

Uwe Stueckmann, vice-président principal, Marketing

Sandra Daniel, directrice principale, Communications marque et marketing, Services financiers PC

Kathlyne Ross, vice-présidente, Développement de produits alimentaires, Marques Loblaw

Bob Chant, vice-président principal, Affaires corporatives et communications

Frank Gambioli, vice-président principal, Mise en marché *Joe Fresh*, division Escompte

Monique Mark, vice-présidente, Exploitation, vente en gros à l'échelle nationale

Phil McNeill, vice-président principal, Exploitation, division Marché

Absents de la photo

Alixé Boyer, vice-présidente principale, Marques, *Joe Fresh*

Mario Fatica, vice-président, Planification et développement

Sarah Niskier, vice-présidente, Assurance qualité et sécurité alimentaire

Dan Robison, vice-président principal, Ressources humaines

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Objectifs et réalisations en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et alliances avec l'industrie



Parties prenantes et alliances avec l'industrie

En matière de RSE, nous faisons face à un large éventail de défis complexes et systémiques d'ordre de plus en plus planétaire. En collaborant avec les organismes non gouvernementaux, les universités, nos pairs de l'industrie et les gouvernements, nous voulons avoir une incidence positive et durable à ce chapitre.

Organismes non gouvernementaux

- Arbres Canada
- The Arrell Food Institute de l'Université de Guelph
- Association canadienne du diabète
- Banques alimentaires Canada
- Conseil du recyclage de l'Ontario
- Croix-Rouge canadienne
- Fondation canadienne du cancer du sein (désormais la Société canadienne du cancer)
- Fondation des maladies du cœur et de l'AVC du Canada
- The Hospital for Sick Children
- Hypertension Canada
- Jane Goodall Institute of Canada
- La grande guignolée des médias
- Ostéoporose Canada
- Second Harvest
- Sentier transcanadien
- UNICEF Canada
- Women's College Hospital
- WWF-Canada

Associations

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

Accords, coalitions et tables rondes au sein de l'industrie

- Accord sur la sécurité incendie et bâtiments au Bangladesh
- Canadian Stewardship Service Alliance
- Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage
- Conseil national sur la santé et le bien-être des animaux d'élevage
- 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

À propos du présent rapport

Message à l'intention de
nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Environnement

Approvisionnement

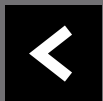
Communauté

Objectifs et réalisations
en 2016

Objectifs

Gouvernance

Parties prenantes et
alliances avec l'industrie



Jogger pour une bonne cause

En 2016, près de 15 000 personnes ont participé à la Course pour les FEMMES PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS., un événement qui a lieu chaque année dans 15 villes du Canada. La course donne l'occasion aux gens de se rassembler pour réduire la stigmatisation qui entoure la santé mentale et d'amasser des fonds au profit d'organismes de bienfaisance locaux qui œuvrent pour la santé des femmes.

La Course pour les FEMMES PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. permet non seulement de recueillir des fonds, mais aussi de se sentir bien. De nombreuses études ont démontré les bienfaits de l'exercice sur la santé mentale.

Visitez le site runforwomen.ca pour avoir un esprit sain dans un corps sain! ➤

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
Téléphone : 905 459-2500

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

loblaw.ca