À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance



Notre raison d'être :









À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





À propos du présent rapport

Les Compagnies Loblaw Limitée (Loblaw) croit en une approche responsable quant à la conduite de nos activités. Notre démarche en matière de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) a commencé il y a de nombreuses années dans un effort de mieux comprendre ce qui compte le plus pour nos parties prenantes, ainsi que l'incidence de nos actions. Nous avons à cœur d'agir de façon transparente et responsable, et nous cherchons à apporter une contribution durable et positive à l'environnement, à la société, de même qu'aux communautés et aux gens que nous servons.

En tant que l'un des plus importants détaillants au pays, nous sommes positionnés de façon unique pour contribuer favorablement aux grands enjeux auxquels font face les Canadiens. Nous sommes fiers de partager notre performance en matière de RSE et de communiquer nos objectifs pour le futur.

Il s'agit de notre 11e rapport annuel sur la RSE. Il offre un aperçu des résultats de Loblaw en matière de RSE ainsi que des efforts déployés sur le plan communautaire par l'ensemble de ses nombreuses marques de même que ses magasins détenus par la société, ses centres de distribution et ses centres de services aux magasins. Lorsqu'il y avait lieu, nous avons inclus

l'information relative aux franchisés, aux tiers, à *Arz*, à *T&T Supermarket* et aux pharmaciens-propriétaires de *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix*. 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 2016. Sauf indication contraire, tous les faits présentés sont tirés des résultats de 2017.

Nos plans, cibles 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.



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

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.





À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Message à l'intention de nos parties prenantes



Je crois que le milieu des affaires a à la fois la capacité et la responsabilité de créer un effet positif au sein de la communauté. Il arrive parfois qu'un tel effet provienne de la part d'entreprises qui s'engagent socialement et défendent les intérêts de la communauté. De façon plus générale, il résultera de la manière dont les entreprises auront décidé de mener leurs activités et des choix qu'elles auront faits. En 2017, Les Compagnies Loblaw Limitée a continué à œuvrer dans le sens de ces deux dynamiques, comme en témoigne notre Rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) pour 2017.

Depuis le début, nous gérons nos activités de RSE en mettant l'accent sur trois grands piliers : l'environnement, l'approvisionnement et la communauté. Quoique nous fassions, nous avons toujours la raison d'être de notre entreprise, soit *Profiter pleinement de la vie*, fortement présente à notre esprit. Voici un aperçu éloquent de nos engagements.

Environnement : Notre bilan sur le plan environnemental témoigne de notre capacité à réduire notre incidence sur

ce qui nous entoure. Nous avons en effet éliminé près de 11 milliards de sacs de plastique; nous avons évité l'enfouissement de 90 % des matières résiduelles de nos centres de distribution et de 66 % de celles de nos magasins détenus par la société; nous nous sommes également donné un nouvel objectif en matière de gaspillage alimentaire, soit de le réduire de moitié d'ici 2025. De plus, nous avons exprimé très clairement notre appui quant au rôle que peut jouer le Canada relativement à l'Accord de Paris, de même que notre point de vue à l'effet que selon nous, les entreprises peuvent réduire leurs émissions de carbone sans que ces compagnies ni leurs clients n'aient à faire de sacrifice. En 2016, nous avons annoncé notre engagement à réduire de 30 % notre empreinte carbone d'ici 2030, objectif que nous sommes en bonne voie d'atteindre. En 2017, toujours dans le cadre de notre engagement en matière de réduction de nos émissions de carbone, nous avons accordé une plus grande attention à notre flotte de camions en nous engageant à l'électrifier d'ici 2030. Pour marquer cet engagement, nous avons effectué la première livraison d'épicerie avec zéro émission au Canada et nous avons fait les manchettes à l'échelle mondiale en placant une commande de 25 camions lourds auprès de Tesla. L'électrification de notre flotte prendra du temps, mais contribuera éventuellement à retirer de la route l'équivalent de 20 000 voitures à essence.

Approvisionnement: Loblaw est le plus important détaillant au Canada. Nous avons créé certaines des marques de renom les plus appréciées au pays. Cependant, nous ne possédons aucune usine de fabrication. Par conséquent, nos normes élevées s'appuient sur des

politiques robustes et des relations solides avec l'ensemble de nos fournisseurs, petits et grands, de nos producteurs agricoles canadiens et des usines de confection de vêtements situées à l'étranger avec qui nous faisons affaire. En 2017, grâce à leur aide, nous avons lancé de nouveaux produits à la fois plus sains et novateurs, mis davantage de produits canadiens sur nos tablettes et contribué à rendre le bœuf canadien plus durable. À l'échelle internationale, nous avons également contribué à l'élaboration d'un nouvel Accord de transition visant à protéger les travailleurs de l'industrie du vêtement au Bangladesh. À cette fin, nous avons assigné 25 responsables de la conformité basés dans nos marchés étrangers, chargés de visiter les usines où nos produits sont fabriqués. Nous avons également fait en sorte de divulguer la liste de ces usines.

Communauté : Nous sommes présents dans des milliers de communautés et nos clients et nos collègues sont le reflet de chacune d'entre elles. C'est pourquoi il est si naturel pour nous de nous engager sur le plan communautaire, qu'il s'agisse de soutien envers la santé des femmes, d'aide en cas de catastrophe, de subventions à l'intention de nos collègues qui font du bénévolat, de diversité et d'inclusion, ou encore de tous ces bons gestes posés par nos quelque 200 000 collègues, employés, affiliés et franchisés. En 2017, nous nous sommes engagés à verser 150 millions de dollars pour lutter contre la faim et favoriser la saine nutrition chez les enfants partout au pays, ce qui fait de la Fondation pour les enfants le Choix du *Président*^{MD} l'une des plus importantes sources de financement des programmes scolaires qui viennent en aide aux enfants dont la nutrition n'est

pas adéquate. Nous nous sommes donné un échéancier de 10 ans pour faire en sorte que les enfants soient bien nourris et qu'ils acquièrent de bonnes connaissances en matière d'alimentation, afin qu'ils aient tout ce qu'il faut pour réussir.

Nous savons que la mesure de nos actions va bien au-delà de nos programmes et de nos piliers de RSE. Nous avons conclu 2017 en faisant état du rôle que nous avons joué au sein d'un stratagème de fixation du prix du pain à l'échelle de l'industrie. Les clients sont outrés, et ce à juste titre, puisque de telles actions n'ont pas leur place, que ce soit au niveau de l'industrie ou de notre organisation. Nous avons réagi en déployant tous les efforts nécessaires pour rectifier la situation, en commencant par signaler le stratagème aux autorités, puis en nous assurant que les consommateurs admissibles recoivent chacun, directement dans leurs mains, un montant de 25 \$ par l'entremise du Programme de cartes de Loblaw.

Fondamentalement, la responsabilité sociale des entreprises se doit d'être jugée au fil du temps. C'est ce qui rend notre rapport annuel de RSE si pertinent. À long terme, qu'il s'agisse de réduire notre empreinte carbone, d'offrir de meilleures conditions de travail, de lutter contre la faim chez les enfants ou simplement de la façon dont nous menons nos affaires, notre bilan témoignera de notre engagement à agir selon de solides principes.

Galen G. WestonPrésident du Conseil et chef de la direction

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





La RSE chez Loblaw

À propos de Loblaw – Notre raison d'être : Profiter pleinement de la vie

Impact économique

Loblaw exploite 2 500 magasins détenus par la société, ses franchisés et ses pharmaciens-propriétaires partout au Canada. Grâce à notre réseau d'établissements de vente au détail, de centres de distribution et de centres de services aux magasins, nous comptons près de 200 000 employés à temps plein et à temps partiel, ce qui fait de nous l'un des plus importants employeurs du secteur privé au Canada ainsi qu'un moteur économique dans les communautés urbaines et rurales que nous servons.

Notre raison d'être

La raison d'être de notre entreprise est d'aider les Canadiens à *Profiter pleinement de la vie*. Elle guide l'ensemble de nos activités, y compris nos trois piliers de RSE: respecter l'environnement, s'approvisionner de façon responsable et faire une différence positive dans nos communautés. Nous sommes résolus à 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.

La famille des Compagnies Loblaw

La famille des Compagnies Loblaw est constituée de cinq divisions complémentaires. Chacune d'entre elles a à cœur de respecter les piliers de RSE et la raison d'être de notre entreprise, soit *Profiter pleinement de la vie.* Chacune offre également une proposition de valeur unique, qui décrit bien son engagement envers les clients et les communautés qu'elle dessert :

Votre vie, rendue plus facile



Pour l'amour du goût



Marché

Nourrir tout le monde



Escompte

Style essentiel. Valeur exceptionnelle.

JOE FRESH

Simplifier la vie au quotidien



Piliers de RSE



Environnement

Nous nous sommes engagés à réduire notre incidence environnementale. En raison de notre envergure et de la portée de nos activités à l'échelle nationale, nous pouvons avoir un effet considérable en réduisant ou en gérant plus efficacement nos matières résiduelles, notre consommation d'énergie, nos activités de transport, nos gaz réfrigérants et nos emballages.

Approvisionnement

Nos clients veulent que les produits que nous vendons soient sécuritaires et qu'ils proviennent de sources responsables. Cela signifie veiller à ce que nos valeurs soient respectées au sein de notre chaîne d'approvisionnement, favoriser les produits sécuritaires et durables, de même que soutenir les fournisseurs canadiens.





Communauté

Loblaw contribue au bien-être des Canadiens grâce aux produits et services offerts dans nos magasins. Nos efforts visent à mettre à l'avant-plan la santé et le bien-être, ainsi qu'à redonner aux communautés où nous exerçons nos activités.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Objectifs à long terme

Afin d'établir nos priorités et nos objectifs en matière de RSE, nous commencons tout d'abord par comprendre ce qui importe le plus pour nos clients, nos collègues et nos parties prenantes externes. Nous tenons également compte des défis à long terme auxquels notre entreprise, nos communautés et notre pays sont confrontés. En gardant ces éléments en tête, nous ciblons les enjeux sur lesquels nous croyons pouvoir avoir le plus d'impact. En tant que chef de file dans le secteur de l'alimentation au pays, nous travaillons avec nos fournisseurs, nos clients et nos partenaires pour favoriser le changement. Nous servons les Canadiens depuis près d'un siècle et nous comprenons la valeur d'un engagement à long terme. Plusieurs des enjeux auxquels nous voulons nous attaquer sont complexes, et nous savons qu'il nous faudra du temps avant de réaliser certains objectifs. Notre rapport de RSE fournit des mises à jour annuelles sur nos progrès.

Engagement envers nos parties prenantes

Pour réussir, nos activités de RSE doivent être pertinentes pour notre entreprise, nos clients, nos collègues, nos partenaires, ainsi que pour la société en général. Pour comprendre les priorités et les préoccupations de la société et de nos parties prenantes, nous avons recours à différents sondages, participons à divers forums et plateformes, faisons appel de façon proactive à des experts et collaborons avec des organisations aux vues similaires pour trouver des solutions à des problèmes complexes.



Ce que les clients nous disent

Nous réalisons un sondage annuel pour connaître les priorités des Canadiens en matière de RSE. En 2017, nous avons constaté que les consommateurs perçoivent toujours l'approvisionnement local, des choix alimentaires plus sains et des conditions de travail sécuritaires comme devant être des priorités pour les détaillants en alimentation en matière de RSE. Nous croyons aussi en ces priorités et nous sommes fiers de voir que les clients de Loblaw, et même ceux qui ne magasinent pas toujours chez nous, nous considèrent comme un chef de file en matière de RSE parmi les détaillants canadiens.

Point 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 de RSE. Cette démarche comprend des sondages et des entrevues auprès des dirigeants de certains de nos principaux fournisseurs, d'institutions académiques, d'organismes non gouvernementaux (ONG) et de cabinets de recherche et de consultation en RSE/durabilité. Nous échangeons aussi de façon ponctuelle avec les principaux gestionnaires de fonds éthiques.

Nos parties prenantes nous ont dit dès le début qu'en raison de notre taille et de notre envergure, nous sommes mieux placés que quiconque pour amener l'industrie et les Canadiens à adopter des pratiques durables. Au cours des dernières années, elles nous ont encouragés à jouer un rôle davantage soutenu dans deux domaines : (1) aider 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 deux domaines.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance







Notre engagement à nourrir les enfants partout au pays

Les Compagnies Loblaw Limitée Rapport 2017 sur la responsabilité sociale de l'entreprise

Il peut être difficile de croire que dans un pays aussi prospère que le Canada, la faim chez les enfants soit un enjeu. Malheureusement, c'est bel et bien le cas. Un jeune Canadien sur six, soit plus d'un million d'enfants, risque de souffrir de la faim, et ce, tous les jours.

Qu'il s'agisse de sous-nutrition ou de malnutrition, les deux peuvent sérieusement compromettre l'avenir d'un enfant. Elles ont une incidence directe sur les performances scolaires et constituent une barrière à l'apprentissage de connaissances. En un mot, un enfant qui a faim ou qui n'est pas nourri adéquatement ne peut pas atteindre son plein potentiel. Nous ne parlons donc pas ici que d'un enjeu moral pour le Canada mais bien d'un enjeu susceptible d'avoir des répercussions sur l'avenir même de nos collectivités et de notre pays.

En tant que l'un des plus importants détaillants au Canada comptant 2 500 magasins, près de 200 000 collègues et plus de 1 000 fournisseurs partenaires à l'échelle du pays, nous savons que Loblaw a la possibilité et la responsabilité de s'attaquer de front à cet enjeu.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Notre engagement à nourrir les enfants partout au pays (suite) \rightarrow

En septembre 2017, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD} (FECP) s'est engagée, par l'entremise de levées de fonds et de dons d'entreprise, à verser 150 millions de dollars au cours des dix prochaines années pour lutter contre la faim et la malnutrition chez les enfants. Notre approche en ce sens repose sur deux piliers :

- 1) Nourrir les enfants sainement : Nourrir les enfants dans le besoin et leur permettre d'avoir accès à de la nourriture leur donnera la chance de s'épanouir et d'atteindre leur plein potentiel.
- 2) Apprendre aux enfants à se nourrir sainement : Le fait d'éduquer les enfants en matière de nutrition leur permettra de faire des choix plus sains, plus responsables et mieux éclairés.

Nous avons à cœur de veiller à ce que les enfants aient la nourriture dont ils ont besoin pour grandir, pour s'épanouir et pour réussir. En veillant à ce que nos enfants soient bien



« Nous avons à cœur de veiller à ce que les enfants aient la nourriture dont ils ont besoin pour grandir, pour s'épanouir et pour réussir. En veillant à ce que nos enfants soient bien nourris et mieux disposés pour à apprendre, nous contribuerons également à créer un pays meilleur pour nous tous. »

Sarah Davis, Présidente, Les Compagnies Loblaw Limitée, et Présidente du conseil d'administration de la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD}



Galen G. Weston et Sarah Davis, accompagnés d'élèves de l'école St. Paul Catholic School à Toronto, le 21 septembre 2017, après l'annonce de notre engagement à verser 150 millions de dollars pour lutter contre la faim chez les enfants.

nourris et mieux disposés pour apprendre, nous contribuerons également à créer un pays meilleur pour nous tous.

La Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD} a versé plus de 167 millions de dollars pour venir en aide aux enfants partout au pays depuis sa création en 1989. La saine alimentation des enfants fait partie des priorités de la Fondation depuis 2008, plus de 41 millions de dollars ayant été versés afin de nourrir près de 500 000 enfants chaque année.

Selon nous, les programmes offerts en milieu scolaire demeurent la meilleure façon de nous assurer que les enfants dans le besoin puissent se nourrir adéquatement. Lors de l'année scolaire 2017-2018, la Fondation a contribué à nourrir près de 300 000 enfants en soutenant les efforts de plus de 2 100 écoles. En tant que l'un des plus importants contributeurs aux programmes de nutrition scolaire au Canada, la Fondation fait en sorte qu'encore plus d'enfants puissent bénéficier de petits déjeuners, de

dîners et de collations afin qu'ils aient l'énergie nécessaire pour être disposés à apprendre alors qu'ils sont à l'école.

Afin de faire une différence au-delà de la cour d'école et du calendrier scolaire, la Fondation fait équipe avec des organismes dont les valeurs et la mission sont similaires aux nôtres. Ces partenariats permettent d'offrir des programmes contribuant à éduquer les enfants en matière de saine alimentation et à leur enseigner comment préparer des repas sains. La Fondation appuie également des initiatives qui permettent aux enfants dans le besoin et à leur famille d'avoir accès à des aliments nutritifs la fin de semaine, et même lors de camps de jour ou d'été.

Pour réussir, nos enfants doivent pouvoir bien se nourrir. En collaboration avec Loblaw, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD} s'engage à lutter contre la faim chez les enfants et à les aider à atteindre leur plein potentiel en contribuant à les nourrir sainement et en leur apprenant à se nourrir sainement.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance







Réduire le gaspillage alimentaire, en magasin et à la maison

Les Compagnies Loblaw Limitée Rapport 2017 sur la responsabilité sociale de l'entreprise

Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, près du tiers des aliments produits pour la consommation humaine partout dans le monde est perdu ou gaspillé.

Les Canadiens jettent pour 31 milliards de dollars de nourriture chaque année, alors que près d'un Canadien sur huit a du mal à en mettre sur la table. Une grande partie de la nourriture gaspillée ne se trouve tout simplement pas au bon endroit, au bon moment, et ne devrait surtout pas finir à la poubelle.

Chez Loblaw, notre métier consiste à distribuer de la nourriture, et non à la gaspiller. Nous prenons au sérieux les questions liées aux pertes alimentaires, c'est-à-dire la diminution de la quantité ou de la qualité des aliments, ainsi qu'au gaspillage alimentaire, c'est-à-dire le fait de jeter ou d'utiliser à des fins autres des aliments sains, nutritifs et propres à la consommation humaine à l'une ou l'autre des étapes de la chaîne alimentaire. Nous abordons ces questions de différentes façons.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Réduire le gaspillage alimentaire, en magasin et à la maison (suite) \rightarrow

Selon une étude réalisée pour le compte de l'industrie, 10 % du gaspillage alimentaire se produit en magasin. Les recherches que nous avons menées à l'interne ont démontré qu'en volume, les fruits et légumes frais en sont la source la plus élevée. Ces recherches ont aussi permis d'identifier certaines pratiques à améliorer, non seulement en magasin, mais aussi au niveau de l'approvisionnement et de nos approches de mise en marché et de marchandisage. Nous nous sommes fondés sur l'information ainsi recueillie pour établir notre engagement à réduire de 50 %, d'ici 2025, le gaspillage alimentaire résultant des activités des magasins détenus par la société.

Des abricots au zucchini, bref dans toutes les catégories de produits, nous avons mis en place des mesures pour éviter le gaspillage alimentaire. Nous avons revu nos pratiques en matière d'achats et raccourci notre chaîne d'approvisionnement afin que les produits puissent demeurer frais, plus longtemps. Nous avons également



amélioré nos pratiques en magasin à l'aide d'outils de suivi des données nous permettant de mieux analyser le cycle de vie des produits. Nous collaborons aussi avec d'autres supermarchés, des experts universitaires et d'autres grands joueurs de l'industrie afin d'identifier les meilleures pratiques et nous améliorer tant sur une base individuelle que collective.

À l'extérieur de nos magasins, nous travaillons en partenariat avec les banques alimentaires partout au pays, dont Second Harvest, Banques alimentaires Québec et Banques alimentaires Canada, afin d'aider le plus de personnes possible à avoir de quoi se nourrir. Grâce à ces partenariats, nous avons jumelé plus de 300 de nos magasins avec des organismes de leur quartier et nous avons ainsi fait en sorte que moins de produits périssables ne soient gaspillés.

Les matières résiduelles organiques produites dans nos magasins ne sont pas toutes propres à la consommation; néanmoins, partout où les infrastructures nécessaires sont en place, nous nous efforçons de faire en sorte que le moins de nourriture possible n'aboutisse dans les sites d'enfouissement. Dans certaines régions, les produits de boulangerie périmés sont récupérés par des fabricants de nourriture pour animaux à base de céréales. Les retailles de fruits et légumes et les autres matières résiduelles organiques devenues impropres à la consommation sont acheminées vers des digesteurs anaérobiques pour produire de l'électricité, alors que l'huile de cuisson usagée est convertie en biodiesel. Lorsque nous ne pouvons avoir recours à de telles options, nous continuons à chercher d'autres types de solutions susceptibles de nous aider à éviter le gaspillage alimentaire.

Près de la moitié du gaspillage alimentaire se produit dans les foyers. Nous souhaitons aider nos clients à gérer plus efficacement la nourriture qu'ils se procurent. Nous avons développé du contenu sur le Web et les réseaux sociaux pour éduquer les consommateurs à savoir comment ils peuvent contribuer à réduire le gaspillage alimentaire grâce à des changements simples, comme mieux conserver les aliments ou être créatifs et utiliser les restes. De plus en plus de Canadiens sont d'avis que le gaspillage alimentaire



est une priorité; ensemble, nous pouvons avoir une incidence positive à cet égard.

Il s'agit d'un enjeu complexe. Il ne peut être éliminé complètement, mais il est en grande partie inutile et surtout, inacceptable. Nous continuons donc à effectuer des recherches et à tenter de trouver des solutions durables pour aider nos magasins, nos collègues et nos communautés à éviter le gaspillage le plus possible, tout en fournissant encore plus de nourriture à ceux qui en ont besoin.



« De plus en plus de Canadiens sont d'avis que le gaspillage alimentaire est une priorité; ensemble, nous pouvons avoir une incidence positive à cet égard. »

Greg Ramier, Vice-président exécutif, Division Marché

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance







Des produits d'ailleurs, cultivés ici, chez nous

Les Compagnies Loblaw Limitée Rapport 2017 sur la responsabilité sociale de l'entreprise

Veiller à ce que nos clients bénéficient d'un assortiment de fruits et légumes frais répondant aux attentes et aux préférences de chacun a toujours été important pour nous.

Par le passé, pour servir les clients désirant des produits multiculturels, que ce soit pour retrouver les saveurs de leur pays natal ou pour faire des découvertes, nous devions avoir recours à l'importation, souvent auprès de producteurs de pays lointains.

Mais les choses changent.

Compte tenu de la riche diversité du Canada et des attentes accrues des consommateurs, la demande pour des fruits et légumes multiculturels cultivés localement s'accentue. Or, nous nous efforçons de bien répondre à cette demande.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Des produits d'ailleurs, cultivés ici, chez nous (suite) \rightarrow



Il y a plusieurs années déjà, Loblaw a établi une politique en vertu de laquelle elle doit s'approvisionner au « Canada d'abord ». Nous priorisons donc l'achat de produits frais locaux et régionaux lorsque leur sécurité, leur qualité, leur disponibilité et leur rapport qualité-prix sont adéquats pour nos clients. Acheter des produits canadiens nous permet de mieux servir les clients à la recherche de produits réellement frais, de réduire l'incidence environnementale associée à l'importation de produits de l'étranger et d'aider les entreprises canadiennes à croître en répondant aux besoins d'un marché en évolution.

Notre volonté d'offrir davantage de fruits et légumes multiculturels cultivés ici a fait en sorte que nous avons travaillé avec des experts en agriculture et des producteurs canadiens en mesure de réussir à faire pousser de nouvelles variétés exotiques en dépit de notre climat. En 2017, nous avons aidé trois fermes en Ontario et au Québec à cultiver trois nouvelles variétés de fruits et légumes multiculturels.

Grâce à ces producteurs qui ont su relever le défi avec enthousiasme, les clients de Loblaw ont accès à une gamme croissante de produits multiculturels, comme par exemple le bok choy, l'aubergine longue, les feuilles de methi, le chou napa et le gombo, tous cultivés en Ontario ou au Québec. La réponse des clients et les excellents résultats obtenus par les producteurs nous ont encouragés

à poursuivre nos efforts en vue d'inciter les producteurs à faire pousser davantage de fruits et légumes multiculturels, ici, chez nous.

Souhaitant toujours innover et mieux répondre aux attentes de la clientèle, nous nous sommes engagés à augmenter, d'ici 2025, de 150 millions de dollars les achats de produits cultivés au Canada qui étaient auparavant importés. Cette hausse s'inscrit dans le cadre de notre engagement à travailler avec les producteurs canadiens afin d'élargir notre offre de produits multiculturels.

En raison de notre climat et de la brève saison des récoltes, nous devrons toujours importer certains produits. Mais compte tenu des solutions novatrices mises au point par les producteurs et les scientifiques canadiens, ainsi que de la demande croissante découlant de l'évolution et de la diversité des goûts des Canadiens, nous voyons beaucoup de potentiel dans le fait d'offrir un plus grand assortiment de fruits et légumes multiculturels cultivés chez nous.

Les achats effectués au « Canada d'abord » comptent beaucoup pour nos clients et pour nous. Il en va de même de la nécessité d'offrir les meilleurs produits les plus frais possible. C'est avec fierté que nous y travaillons.



« Les clients de Loblaw ont accès à une gamme croissante de produits multiculturels, comme par exemple le bok choy, l'aubergine longue, les feuilles de methi, le chou napa et le gombo, tous cultivés en Ontario ou au Québec. »

Jocyanne Bourdeau, Présidente, Division Escompte

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance

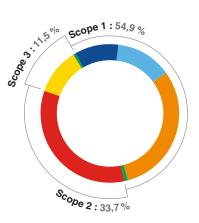




Environnement

Aller de l'avant pour réduire notre empreinte carbone

Le Canada est au nombre des 195 pays à avoir signé l'Accord de Paris sur les changements climatiques et il s'est engagé à réduire ses émissions de 30 % d'ici 2030. Or, Loblaw et l'un des plus importants émetteurs de gaz à effet de serre au pays de par la nature de ses activités. Nous savons que si nous réduisons nos émissions, nous contribuerons à l'atteinte des objectifs du Canada. Nous voulons aussi



900 491,7* tonnes CO_ae

Électricité	33,7 %
Fuites de gaz réfrigérant	30,7 %
Consommation d'énergie	13,1 %
fossile des bâtiments	
Matières résiduelles	10,8 %
Carburant utilisé pour	10,1 %
la flotte de transport	
Voyages d'affaires	1,7 %

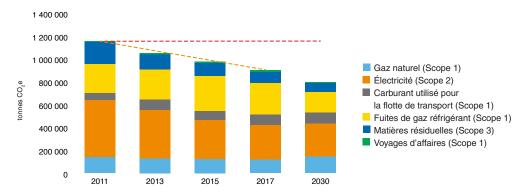
donner l'exemple et démontrer, de par nos actions et nos résultats, qu'il est possible d'atteindre ces objectifs sans avoir à compromettre la croissance économique.

À cette fin, nous nous sommes donné des objectifs audacieux, soit de réduire notre empreinte carbone de 20 % d'ici 2020 et de 30 % d'ici 2030, par rapport à l'année de référence 2011. Ces objectifs sont clairement stipulés dans la Stratégie de réduction de l'empreinte carbone de Loblaw. En 2017, nous avons réduit de 21,9 % nos émissions de carbone par rapport à notre année de référence et les progrès vont bon train en ce qui concerne notre objectif de 30 % de réduction des émissions de carbone d'ici 2030.

Pour atteindre notre objectif de 30 %, nous avons élaboré un plan complet de réduction de nos émissions de carbone, avec des cibles fondées sur une approche scientifique, en collaboration avec des experts en matière de climat et d'autres partenaires. Notre stratégie cible les émissions de gaz à effet de serre (GES) provenant des emplacements détenus par la société, y compris nos magasins, nos centres de distribution et nos bureaux, en mettant l'accent sur quatre secteurs clés : la consommation d'électricité et de gaz naturel, les émissions fugitives de réfrigérants, la consommation de carburant liée au transport et l'élimination des matières résiduelles et leur réacheminement.

Progression en matière de réduction de l'empreinte carbone au niveau des emplacements détenus par la société

Loblaw a réduit de 21,9 % les émissions de gaz à effet de serre absolues en 2017, par rapport à son taux de 2011.



Améliorer l'efficacité énergétique et réduire les émissions de carbone

La consommation d'électricité et de carburant dans nos magasins et nos autres actifs représente 47 % de l'ensemble de nos émissions de carbone telles que mesurées en 2017. Comme il s'agit du segment le plus important de notre empreinte carbone, nous continuons d'explorer les possibilités de mettre au point des systèmes améliorés de gestion de l'énergie qui nous permettront d'accroître notre taux d'efficacité énergétique et de réduire nos émissions de carbone dans l'ensemble de nos activités. Conformément à notre plan de

réduction des émissions de carbone, nous comptons réduire de 35 % d'ici 2030 les émissions associées à l'électricité consommée dans nos magasins et nos centres de distribution, par rapport à l'année de référence de 2011.

En 2017, nous avons réduit la consommation d'électricité dans les magasins détenus par la société existants de 4,27 % par pied carré. Nous avons poursuivi notre programme de modernisation de l'éclairage et converti l'éclairage ambiant de fluorescent à DEL dans 180 emplacements, en plus d'ajouter des portes aux unités de réfrigération de 36 magasins.

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

^{*} Les émissions de carbone sont calculées par la société The Delphi Group, conformément au *Greenhouse Gas Reporting Protocol*.

de transport

Les Compagnies Loblaw Limitée

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Électrifier de notre flotte

En 2017, nous avons annoncé notre engagement à électrifier la flotte de camions détenus par la société en vertu de notre objectif de réduire nos émissions de carbone liées au transport de 25 % d'ici 2030. En novembre dernier, nous avons dévoilé un camion de classe 8 entièrement électrique, le premier du genre, de même qu'une remorque réfrigérée hybride capables d'effectuer la livraison de nos produits d'épicerie avec zéro émission de carbone. Nous avons également commandé 25 camions électriques Tesla Semi dans le but de réduire nos émissions de carbone. L'élimination du diesel des camions et des remorques réfrigérées réduira nos émissions de CO₂e de 94 000 tonnes par an, ce qui équivaut au retrait de plus de 20 000 voitures de la route. Nous nous sommes engagés à réduire nos émissions liées au transport et nous continuerons d'introduire de nouvelles avancées technologiques au sein de notre chaîne d'approvisionnement.



Le Tesla Semi fonctionne à l'électricité et consomme moins de 125 kWh par 100 kilomètres. Loblaw en a commandé 25 pour sa flotte.



Convertir les gaz réfrigérants et réduire les émissions fugitives

En 2011, nous avons lancé un programme complet de vérification des fuites de gaz réfrigérants au sein de tous les magasins détenus par la société, ce qui nous permet de repérer plus rapidement les fuites et de réduire les émissions fugitives de réfrigérants de nos magasins. Nous avons également mis en place un programme visant à remplacer les gaz réfrigérants de nos systèmes constitués d'un mélange d'hydrofluorocarbures (HFC) à fort potentiel de réchauffement planétaire (PRP) par des mélanges d'hydrofluoroléfines (HFO) à plus faible PRP, ce qui contribuera à potentiellement réduire de moitié l'incidence environnementale des fuites futures. En 2017, nous avons procédé à ces conversions dans 28 magasins.

Réduire et réacheminer les matières résiduelles

Notre entreprise produit beaucoup de matières résiduelles sous formes de matières compostables, de papier et de plastique. C'est pourquoi nous avons fait de l'amélioration des taux de réacheminement des matières résiduelles générées à nos différents emplacements une priorité. Nous avons établi des objectifs pour chacune de nos régions, ainsi qu'un objectif à long terme visant à atteindre un taux de réacheminement national de 80 % dans les magasins détenus par la société et de 95 % dans les centres de distribution d'ici 2030.

En 2017, nous avons atteint un taux de réacheminement national de 66 % pour les magasins détenus par la société et de 90 % pour nos centres de distribution. Nous avons également fait des progrès au niveau de la réduction des matières résiduelles compostables et nous avons eu recours à différents procédés de valorisation pour en éviter l'enfouissement. Nous savons aussi que nous avons un rôle à jouer en ce qui concerne la mise en valeur des textiles résiduels. C'est pour cette raison que nous travaillons de concert avec des chefs de file réputés dans ce domaine afin de trouver des solutions novatrices et mesurables à cet enjeu important.

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

INITIATIVES EN COURS

> Réduction de l'utilisation des sacs de plastique :

Depuis 2007, nous avons réduit de près de 11 milliards le nombre de sacs de plastique distribués dans nos magasins grâce au programme de facturation des sacs. Jusqu'à présent, nous avons versé 9 millions de dollars à WWF Canada en lui remettant une partie du produit de la vente des sacs de plastique dans nos magasins. Les fonds remis soutiennent différents projets de la WWF, incluant le Fonds Loblaw pour l'eau, une initiative de financement destinée aux Canadiens qui travaillent sur le terrain à combattre les principaux dangers qui menacent nos cours d'eau.



> Dons en denrées :

En 2017, nous avons donné plus de 2,9 millions de kilogrammes en denrées à de nombreuses banques alimentaires partout au Canada. Grâce à ces partenariats communautaires, les denrées qui se seraient retrouvées dans les sites d'enfouissement sont redistribuées et transformées en repas sains pour les personnes devant faire face à l'insécurité alimentaire dans nos collectivités.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

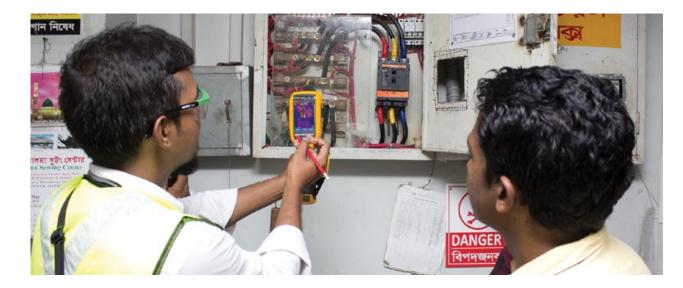
Objectifs de RSE

Gouvernance





Approvisionnement



S'engager à assurer la sécurité des travailleurs

Chez *Joe Fresh*, nous nous efforçons sans cesse de faire en sorte de nous approvisionner de façon responsable.

En 2017, c'est avec fierté que nous avons compté parmi les premiers signataires de l'Accord de transition. qui permettra la poursuite des travaux entrepris en vertu de l'Accord initial de 2013 sur la sécurité incendie et bâtiments au Bangladesh. Le fait d'avoir contribué au développement de cet accord et d'avoir joué un rôle de premier plan dans son élaboration nous permettra de continuer à réaliser des progrès dans les usines auprès desquelles nous nous approvisionnons et à améliorer la sécurité des bâtiments et des travailleurs au Bangladesh pour les années à venir.

Au cours des cinq dernières années, les signataires de l'Accord ont inspecté plus de 1 600 usines et contribué à les rendre plus sécuritaires. Parmi certaines des mesures qui ont été mises en place ou sont en voie de l'être, mentionnons l'installation de systèmes de détection et de prévention des incendies, le retrait des portes verrouillables ou rabattables, ainsi qu'un éclairage adéquat des sorties de secours.

De plus, les travailleurs ont reçu une formation en matière de santé et de sécurité afin qu'ils sachent comment identifier et réduire les principaux risques liés à la sécurité, comment évacuer un bâtiment et comment accéder confidentiellement au mécanisme prévu par l'Accord pour les plaintes relatives à la santé et à la sécurité. De ce fait, le lieu de travail

de plus de 500 000 travailleurs est devenu plus sécuritaire.

Approvisionnement en coton

Joe Fresh s'est engagée à ne pas utiliser de coton provenant du Turkménistan ni de l'Ouzbékistan puisque ces deux pays d'Asie centrale forcent régulièrement les enfants à participer aux récoltes automnales de coton.

Pour une chaîne d'approvisionnement sécuritaire et transparente

Afin de soutenir nos efforts au Bangladesh de même qu'au sein d'autres pays avoisinants, nous avons mandaté 25 responsables de la conformité ayant pour rôle d'aller sur le terrain, de visiter les usines, ainsi que de s'assurer que nos normes soient respectées et, plus important encore, que les travailleurs soient en sécurité et traités équitablement.

En 2017, nous avons également rendu plus tangibles nos efforts en matière de sécurité des usines avec lesquelles nous faisons affaire en divulguant, pour la première fois, la liste de celles auprès desquelles nous nous approvisionnons directement en vêtements et en chaussures. Cette information est mise à jour deux fois par année et peut être consultée sur loblaw.ca. Nous croyons qu'en divulguant ces renseignements tant auprès des consommateurs que de nos parties prenantes, nous pourrons mieux coordonner nos efforts et améliorer le degré de conformité et de sécurité de ces usines dans leur ensemble.



Une partie de notre présence sur le terrain, soit les responsables de la conformité de la Thaïlande, de l'Inde, du Bangladesh, de la Chine et du Vietnam.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Bien-être des animaux :

un engagement profond

Loblaw est l'un des plus importants acheteurs et vendeurs de viande, de volaille, d'œufs et de produits laitiers au pays. Par conséquent, nous sommes en mesure d'avoir une incidence positive sur la façon dont les animaux d'élevage sont traités au Canada. Puisque nous ne sommes pas directement impliqués dans l'élevage ou la transformation des animaux d'élevage, nous nous en remettons à nos fournisseurs afin qu'ils s'assurent que leurs animaux d'élevage soient traités conformément aux lignes directrices établies par les gouvernements et l'industrie en matière de cruauté animale. Nos Principes relativement au bien-être des animaux témoignent de notre engagement à veiller à ce que ceux-ci soient respectés tout au long de notre chaîne d'approvisionnement.

Le bien-être des animaux d'élevage utilisés à des fins de production alimentaire est important tant pour nous que pour nos clients. Ceux-ci comptent sur nous pour avoir l'assurance que les produits offerts dans nos magasins sont sécuritaires et de qualité, qu'ils proviennent d'une source d'approvisionnement responsable et qu'ils sont produits sans cruauté animale. Nos décisions à ce chapitre tiennent compte de ces

attentes, des meilleures pratiques de l'industrie, de nos relations avec les fournisseurs, ainsi que du précieux apport de nos conseillers scientifiques.

Pour mieux comprendre et appuyer les enjeux liés au bien-être des animaux, nous avons fait appel au Dr David Fraser, un éminent scientifique de l'Université de la Colombie-Britannique, qui nous conseille de manière éclairée quant à la façon d'harmoniser nos engagements en fonction des pratiques de pointe de l'industrie. Nous sommes également un membre associé de longue date du Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE), un forum multipartite de premier plan auguel participent des représentants de l'industrie et du milieu agricole.

Nous comprenons que les questions liées au bien-être des animaux sont à la fois complexes et multidimensionnelles, et qu'il faudra du temps de même qu'une action concertée entre les divers intervenants pour que des progrès puissent se réaliser.

Notre rôle consiste à demeurer à l'affût des percées en matière de bien-être des animaux, à comprendre les avantages et les défis qu'il présente et à faire pression auprès de nos fournisseurs afin d'en venir à des solutions réfléchies.



Visionnez notre vidéo sur notre Engagement relativement au bien-être des animaux (vidéo en anglais seulement).

INITIATIVES EN COURS

> Des fruits et légumes cultivés chez nous :

Loblaw est fière d'offrir un délicieux assortiment de fruits et légumes frais produits localement conformément à notre engagement en matière d'achat « Le Canada d'abord », tant que les notions de sécurité, qualité, disponibilité et valeur sont respectées. En 2017, près de 50 % des fruits et légumes achetés durant le haut de la saison des récoltes provenaient de producteurs canadiens.



> PC Simplement bon :

C'est en 2007 que nous avons lancé la gamme de produits *PC Simplement bon*, qui comprend maintenant du bœuf, du porc, de la volaille et de l'agneau. Nous travaillons en partenariat avec des éleveurs ayant recours à des pratiques agricoles innovantes afin de pouvoir garantir que les produits *PC Simplement bon* sont strictement élevés sans l'utilisation d'antibiotiques, et dans le cas du bœuf, sans l'utilisation d'hormones ajoutées. En 2017, nous avons incorporé 17 nouveaux produits à la gamme *PC Simplement bon*, qui comporte maintenant plus de 100 produits frais, surgelés, préparés ou de charcuterie.

> Bœuf issu de source durable :

Loblaw est l'un des membres fondateurs de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable, qui a pour mandat de faire connaître l'importance de la durabilité au sein de l'industrie canadienne du bœuf. En 2017, cette table a lancé le *Cadre de certification du bœuf durable* (site Web en anglais seulement), un programme de certification volontaire en matière de durabilité conçu pour favoriser la reconnaissance, l'avancement et la communication de tout ce qui est lié à la production et à la transformation du bœuf durable au Canada, guidé par des critères et des principes élaborés par la Table ronde mondiale sur le bœuf durable (GRSB). Loblaw a contribué au lancement du Cadre de certification en participant à l'élaboration de normes et de mesures en termes de durabilité, de production et de transformation du bœuf, de même qu'à l'élaboration des exigences de la chaîne de contrôle, des protocoles d'assurance et de la certification de la durabilité.

Loblaw s'est également engagée à participer à un nouveau projet pilote en matière de bœuf durable canadien, une initiative d'un an visant à accélérer l'adoption du programme du Cadre de certification et à favoriser l'engagement des producteurs. Il s'agit là d'un pas important pour l'industrie canadienne du bœuf qui pourra ainsi démontrer qu'elle est durable et faire valoir la solidité de ses initiatives en matière de durabilité.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Communauté

Favoriser le bien-être, en ligne

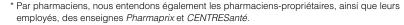
Chez Loblaw, nous savons que saine alimentation et santé vont de pair. En 2017, nous avons remis cette vérité vieille comme le monde au goût du jour en lançant un projet pilote comportant une application et un site Web traitant de mieux-être. En plus de fournir aux utilisateurs des conseils et des renseignements quotidiens sur la nutrition, le mode de vie et la condition physique, ce site et cette application ont encouragé et récompensé les personnes ayant entrepris de bouger davantage et de faire des choix plus sains.

Bien que ce projet pilote ne s'adressait qu'aux collègues de Loblaw, nous comptons tirer parti de tout ce que nous avons appris afin de pouvoir offrir une plateforme exhaustive et inspirante, et ainsi répondre aux besoins en matière de santé et de bien-être de nos nombreux intervenants, notamment ceux de nos clients. Toutes ces initiatives font partie de notre engagement à aider les Canadiens à profiter pleinement de la vie.

Plus de 5 000 collègues ont participé à ce projet pilote, qui s'est déroulé tout au long de l'année. Après avoir créé leur profil en ligne, les collègues pouvaient se rendre sur l'application ou le site Web pour y trouver de l'information, des conseils incitant à persévérer et des défis amusants liés au conditionnement physique. Ils pouvaient également utiliser l'application pour suivre leurs résultats, comme le nombre de pas effectués dans une journée. Et, pour rendre le tout encore plus motivant, ils pouvaient même accumuler des points pour leurs efforts, en liant leur profil à leur compte *PC Plus*^{MD}.

Nous avons également installé des stations biométriques *Wellness Stations* dans certains magasins d'alimentation de Loblaw comportant une pharmacie. Les participants pouvaient y suivre l'évolution de leur tension artérielle, de leur poids et de leur indice de masse corporelle, en plus de recevoir des points à chaque fois qu'ils utilisaient l'une de ces stations.

Le projet pilote s'est terminé à la fin de l'année et, de notre point de vue, ce fut un succès. Grâce à nos collègues qui y ont participé avec enthousiasme, nous avons pu tester différentes façons de présenter l'information et appris comment créer une expérience qui susciterait l'intérêt des participants à long terme. Tout ce bagage nous aidera à offrir une expérience amusante, enrichissante et engageante lorsque nous lancerons la version de notre plateforme de santé et de bien-être destinée aux consommateurs à la fin de 2018.



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



Les pharmaciens* sur la première ligne des soins de santé

Partout au Canada, les pharmacies exploitées sous les bannières Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et Loblaw par des pharmaciens sont des sources fiables où s'approvisionner en médicaments, en services cliniques, en information sur la santé et en bons conseils. Ensemble, nos bannières regroupent plus de 4 000 pharmaciens à temps plein qui desservent plus de 13 millions de patients chaque année. Ces pharmaciens sont sur la première ligne des soins de santé et jouent un rôle de plus en plus considérable dans la prévention et le traitement des maladies. En 2017, les pharmaciens de Shoppers Drug Mart et de Loblaw ont administré plus de 1.5 million** de vaccins pour aider les Canadiens à rester en santé.

Les pharmaciens exerçant leur profession dans notre réseau jouent un

rôle important en aidant les patients à gérer leurs problèmes de santé, v compris les maladies chroniques. L'an dernier, nous avons effectué plus de 700 000** révisions de la médication et plus de 400 000 évaluations visant la prolongation d'ordonnances pour les patients atteints de maladies chroniques n'avant plus de renouvellement autorisé. Nous avons également lancé un nouveau service en ligne qui permet aux patients de consulter l'historique de leurs ordonnances et de recevoir des rappels indiquant le moment de renouveler et de venir chercher leurs médicaments. La mise en œuvre de ces nouvelles fonctionnalités technologiques rend la gestion des médicaments pratique et simple pour les patients, tout en libérant les pharmaciens pour qu'ils puissent se concentrer sur les services cliniques tels que la vaccination, la révision de la médication et les tâches cliniques liées à l'exécution d'ordonnances.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance







La Course pour les femmes PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. a permis d'amasser des fonds et de sensibiliser la population aux problèmes de santé mentale chez les Canadiennes. Pour en savoir plus, visitez le www.runforwomen.ca.

Soutenir les femmes partout au pays

Lorsque les femmes se portent bien, c'est tout le pays qui en bénéficie. Telle est l'idée derrière le programme PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. qui a été mis sur pied afin d'inciter les Canadiennes à faire de leur propre santé une priorité. Nous permettons notamment aux femmes d'avoir accès à l'expertise de nos partenaires œuvrant au sein de grands organismes nationaux voués à la santé des femmes ou d'organismes locaux soutenant de nombreuses initiatives liées à la santé des femmes partout au Canada.

Au printemps 2017, plus de 17 000 personnes, issues de 15 villes différentes, ont participé à la Course pour les femmes PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. pour contribuer à éliminer les préjugés entourant les problèmes de santé mentale. Ensemble, ces événements ont permis d'amasser 1,9 million de dollars pour des organismes de bienfaisance voués à la santé des femmes.

Le programme Courez pour la cause de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix permet aux jeunes femmes de mieux comprendre les bienfaits de l'exercice aérobique sur la santé mentale. Plus de trois millions de jeunes Canadiens âgés de 12 à 19 ans sont considérés comme étant à risque de dépression*, et les femmes le sont encore davantage**. Le guide de pratique clinique du Canada reconnaît maintenant l'exercice aérobique comme un traitement de première

* https://cmha.ca/fr/propos-de-l-acsm/information-rapide-la-sante-mentale-la-maladie-mentale

ligne pour la dépression légère et modérée. Nous avons donc établi un partenariat avec le Coin des Coureurs. les services de police et des écoles secondaires partout au Canada pour lancer Courez pour la cause, un programme de six semaines qui fournit de l'information ainsi que des stratégies pour aider à gérer sa santé mentale, qui comporte un programme d'entraînement permettant de participer à une course de cinq kilomètres. Dans ce cas-ci, ce cinq kilomètres consistait en la Course pour les femmes PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS., et plusieurs des jeunes femmes participant au programme l'ont couru.

À la fin de 2017, Shoppers Drug Mart/ Pharmaprix a lancé la 16e campagne annuelle Cultiver la santé des femmes. qui a permis de recueillir près de 3,4 millions de dollars en magasin afin de venir en aide à plus de 500 organismes de bienfaisance œuvrant dans le domaine de la santé des femmes. Mettant à profit tant l'envergure nationale de notre entreprise que leur implication dans la communauté, les pharmacienspropriétaires de notre réseau ont identifié les organismes locaux voués à la santé des femmes susceptibles de bénéficier des dons versés par les clients et les collègues.



INITIATIVES EN COURS

> Faire des choix sains plus facilement :

Guide-étoiles^{MD} est un système de classement nutritionnel impartial et facile à comprendre se fondant sur un algorithme scientifique pour évaluer les aliments. Des points sont attribués pour les nutriments tels que les vitamines, les minéraux, les fibres alimentaires et les acides gras oméga-3, tandis que d'autres sont retranchés lorsqu'un aliment contient des gras saturées, des gras trans ou encore un taux élevé de sodium ou de sucre ajouté. Les étoiles sont ensuite attribuées en fonction du score total de l'aliment, jusqu'à concurrence de trois étoiles. Plus de 55 000 produits ont été évalués, et les étiquettes en tablettes affichent la cote Guideétoiles^{MD} de chacun pour permettre aux clients de repérer facilement quels sont les choix plus sains.



> Aider les Canadiens à créer des habitudes plus saines avec les produits *PC Menu bleu* :

Lancée en 2005, la gamme *PC Menu bleu* mettait l'accent sur les aliments faibles en sucre, en sodium et en gras. Depuis, nous en avons appris encore davantage sur la façon d'aider les gens à atteindre leurs objectifs en matière de bien-être. La notion de saine alimentation a été redéfinie et comprend maintenant des attributs positifs, dont la saveur et la quantité de nutriments. En 2017, nous avons mis 50 nouveaux produits *PC Menu bleu* sur le marché, tout en nous assurant qu'ils soient bel et bien bons au goût et bons pour vous.

^{**} www.womenshealthmatters.ca/health-centres/mental-health/depression/depression-in-women (en anglais seulement)

des femmes

Les Compagnies Loblaw Limitée

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Promouvoir les intérêts

Depuis février 2017, Loblaw est fière de faire partie du Conseil canadoaméricain pour l'avancement des femmes entrepreneures et chefs d'entreprise, une initiative conjointe parrainée par les gouvernements fédéraux des deux pays. Le conseil est composé de 10 grandes femmes d'affaires; notre représentante y est Tina Lee, PDG de T&T Supermarket, qui sera co-championne pour « l'avancement des femmes en tant que leaders dans le secteur privé ».

Le conseil a pour but de développer des stratégies qui favorisent l'engagement des femmes sur le plan économique. Ses efforts s'articulent autour de cinq piliers :

- · Accroître le nombre de femmes en sciences, en technologie, en ingénierie et en mathématiques;
- Attirer les femmes entrepreneures et encourager les femmes à démarrer leur entreprise;
- Soutenir les entreprises appartenant à des femmes et favoriser leur croissance:
- Améliorer l'accès des femmes aux capitaux;
- Promouvoir le leadership des femmes dans le secteur privé.

En 2018, le conseil publiera des recommandations élaborées avec l'appui d'experts et de groupes sans but lucratif

Avoir nos gens et notre culture à cœur

Nos quelque 200 000 collègues, franchisés, pharmaciens-propriétaires et leurs employés partout au pays sont la force motrice derrière l'ensemble de nos réalisations. Nous croyons qu'en mettant l'accent non seulement sur ce que nous faisons. mais aussi sur la manière dont nous le faisons, nous pouvons offrir une expérience client exceptionnelle, atteindre de solides résultats et créer un environnement de travail positif.

Culture: If y a quatre ans, nous avons entrepris d'instaurer une nouvelle culture fondée sur nos valeurs ÊTRE, soit Engagement, Tenir à cœur, Respect et Excellence, et sur trois principes: être authentique, bâtir la confiance et créer des liens. Ensemble, ils forment un fil conducteur qui s'étend à l'ensemble de nos divisions et de nos services.

Afin de fournir des outils et de l'enseignement susceptibles de façonner notre culture, nous avons mis sur pied l'atelier « meilleur moi, meilleur nous, meilleur Loblaw » (m3) à l'intention de nos collègues. Cet atelier de deux jours est animé par nos propres employés qui suivent une formation pour enseigner aux autres et les inspirer quant aux différents aspects de notre culture. Cet atelier a permis aux différentes équipes de voir comment elles travaillent ensemble et de trouver des façons de s'améliorer tant au travail que dans la vie en général. En 2017, plus de



10 000 personnes avaient participé à l'atelier. En 2018 et 2019. l'atelier s'étendra à nos franchisés.

Engagement des employés :

L'engagement des collègues est mesuré chaque année dans le cadre de notre sondage Dire les choses comme elles sont, mené par un fournisseur indépendant. Depuis la fin de 2017, nous tenons également des sondages éclair qui nous

donneront un aperçu plus précis de l'appréciation de nos collègues quant au milieu de travail que nous leur offrons. Notre sondage annuel sur l'engagement continuera à avoir lieu à l'échelle de l'entreprise en 2018.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance







Parmi les 100 meilleurs employeurs

Loblaw a été reconnue comme l'un des 100 meilleurs employeurs au Canada, l'un des meilleurs employeurs du Grand Toronto, l'un des meilleurs employeurs pour les jeunes et l'un des meilleurs employeurs pour la diversité au Canada. Parmi certaines des raisons pour lesquelles nous avons été identifiés comme étant un employeur de choix, mentionnons nos outils de communication qui permettent aux collègues de rester engagés et informés, nos récompenses et avantages pécuniaires tels que notre programme de rabais aux collègues, nos programmes incitatifs, nos options d'achat d'actions, le programme WorkPerks et les programmes de formation et de développement des employés.

Diversité et inclusion

Nous sommes heureux de pouvoir faire de notre organisation un lieu de travail et de magasinage plus inclusif. Notre stratégie à cet égard commence avec notre Conseil d'inclusion, qui a fait l'objet d'une refonte en 2017 pour porter le nombre de ses membres à 14. tous des cadres supérieurs représentant différents secteurs de notre organisation. Nos quatre priorités en matière d'inclusion sont le genre, le multiculturalisme, les déficiences et les LGBTA. Nos efforts à ces chapitres comprennent la tenue d'événements organisés par l'entremise de groupes de ressources pour les employés comme Femmes@Loblaw, Femmes d'influence et La fierté d'être.

INITIATIVES EN COURS

> Aide en cas de catastrophe :

Lorsqu'une catastrophe survient, nos gens répondent toujours présents à l'appel et se mobilisent partout à l'échelle de l'entreprise pour apporter du soutien, financer des programmes et des organismes d'entraide, bref faire ce qu'il faut pour appuyer les collectivités que nous desservons.

En 2017, cet engagement a pris tout son sens en Colombie-Britannique, lorsque, pendant un été chaud et sec, des feux de forêt ont ravagé la province et forcé



plus de 14 000 personnes à abandonner leur foyer. Notre chaîne d'approvisionnement est rapidement passée à l'action pour coordonner l'envoi de produits d'hygiène corporelle, de dentifrice et de brosses à dents, de couches, de serviettes, d'oreillers, de couvertures, d'eau et même de nourriture pour animaux. Nos magasins en Colombie-Britannique et dans certaines régions de l'Alberta ont aussi mis en place une campagne de levée de fonds auprès de la clientèle. En juillet, la campagne a permis d'amasser plus de 500 000 \$ pour le fonds dédié de la Croix-Rouge canadienne pour les feux en Colombie-Britannique.



CARD: Community Association for Riders with Disabilities (site Web en anglais seulement)

> Programme de dons aux collègues bénévoles :

L'une de nos plus grandes forces est la générosité et l'engagement des personnes qui travaillent dans nos bureaux et nos magasins partout au pays. Tout en conciliant les exigences du travail et de la famille, nos collègues et employés réussissent à donner de leur temps, de leur talent et de leur enthousiasme pour soutenir les organismes de bienfaisance et les organismes sans but lucratif de leur communauté. En guise de reconnaissance de leurs efforts individuels, le Programme de dons aux collègues bénévoles de Loblaw offre jusqu'à 500 \$ à l'organisme pour lequel un collègue fait du bénévolat au moins 40 heures par année.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Progression par rapport à nos objectifs

Environnement

OBJECTIF

te

RÉSUMÉ DES PROGRÈS

Réduire de 20 % l'empreinte carbone des activités liées à notre exploitation d'ici 2020, et de 30 % d'ici 2030. L'objectif de réduction de notre empreinte carbone de 20 % d'ici 2020 a été atteint et notre objectif de réduction de 30 % d'ici 2030 est sur la bonne voie. Les émissions de carbone liées aux activités de la société ont diminué de 21,9 % par rapport à notre taux de 2011. Voir la page 10.

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. Objectif en cours de progression. Nous travaillons avec nos fournisseurs pour recueillir les spécifications des emballages de leurs produits et continuons à en surveiller la conformité.

Approvisionnement

OBJECTIF

RÉSUMÉ DES PROGRÈS

D'ici la fin de 2018, nous approvisionner exclusivement en veau frais auprès de fournisseurs ayant adopté un système d'enclos de groupe. Objectif en cours de progression. Nous continuons de faire le suivi nécessaire auprès de nos fournisseurs de veau frais.

D'ici la fin de 2022, nous approvisionner exclusivement en porc frais auprès de fournisseurs ayant adopté un système d'enclos de groupe. Objectif en cours de progression. Nous continuons de faire le suivi nécessaire auprès de nos fournisseurs de porc frais.

OBJECTIF

RÉSUMÉ DES PROGRÈS

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

Objectif en cours de progression. En 2017, notre offre d'œufs provenant de poules élevées en liberté le Choix du Président s'est élargie pour inclure les Blancs d'œufs oméga-3 provenant de poules en liberté PC Menu bleu. Ceux-ci ont été introduits dans tous les magasins de la bannière *Fortinos* de l'Ontario, faisant de ces magasins notre première bannière à n'offrir que des œufs provenant de poules en liberté sous les marques le Choix du Président et PC Menu bleu. Nous continuons de nous approvisionner en œufs de poules élevées en liberté pour les œufs de la marque PC Biologique.

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.

La fabrication de produits contenant des microbilles de plastique, du triclosane et des phtalates a été arrêtée avec succès à la fin de 2017.

Nous continuons d'encourager nos fournisseurs à repérer et à éliminer les phtalates pouvant provenir de l'équipement de fabrication et de l'emballage.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Progression par rapport à nos objectifs – Approvisionnement (suite) \rightarrow

OBJECTIF

RÉSUMÉ DES PROGRÈS

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. La liste de nos usines a été divulguée et est mises à jour deux fois par année. Voir la page 12.

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. Depuis 2017, trois fermes de l'Ontario et du Québec comptent maintenant une production de trois nouveaux produits multiculturels. Voir la page 8.

Communauté

OBJECTIF

D'ici la fin de 2017, avec l'aide de nos clients, collègues et employés, ainsi que 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 voués à la santé des enfants grâce à PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. et à la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD}.

RÉSUMÉ DES PROGRÈS

Nous avons versé plus de 74 millions de dollars à des organismes à but non lucratif partout au Canada, incluant des programmes voués au bien-être des femmes et à la santé des enfants grâce à PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. et à la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD}.

OBJECTIF

RÉSUMÉ DES PROGRÈS

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.

Nous avons sensibilisé 297 246 enfants à l'importance d'une alimentation saine par l'entremise d'événements en magasin, de sorties scolaires et de cours culinaires à l'intention des enfants.

D'ici la fin de 2018, amasser 3 millions de dollars au profit de divers organismes dans le cadre de notre programme « Économisez Redonnez » dans nos magasins de la division Escompte. En 2017, nous avons amassé 2,2 millions de dollars dans le cadre de trois événements faisant partie du programme « Économisez Redonnez » 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. Nous avons lancé une application pilote portant sur la santé et le bien-être destinée aux collègues. Voir la page 14.

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Objectifs de RSE

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.

Environnement

Réduire de 30 % l'empreinte carbone des activités liées à notre exploitation d'ici 2030 par rapport à notre taux de 2011.

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.

Nouveau D'ici 2025, réduire de 50 % le gaspillage alimentaire dans nos magasins détenus par la société (par rapport à nos taux de 2016). Voir la page 6.

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.

Nouveau D'ici 2025, investir 150 millions de dollars pour bonifier notre offre de fruits et légumes canadiens en tirant parti de nouvelles technologies agricoles durables. Voir la page 8.

Nouveau D'ici la fin de 2018, travailler en partenariat avec une institution académique ou non gouvernementale pour effectuer des recherches afin d'identifier des solutions tangibles à l'enjeu de la mise en valeur des textiles résiduels.

Communauté

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

Nouveau D'ici la fin de 2018, lancer à titre de projet pilote une plateforme de santé et de bien-être destinée aux clients. Voir la page 14.

Nouveau D'ici les 10 prochaines années, la Fondation pour les enfants *le Choix du Président*^{MD} versera 150 millions de dollars pour lutter contre la faim chez les enfants. Voir la page 4.

ception et graphisme : THE WORKS DESIGN COMMUNICATIONS worksdesign.com

Les Compagnies Loblaw Limitée

À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance





Gouvernance

Gouvernance en matière de RSE

Notre raison d'être consiste à aider les Canadiens à *profiter pleinement de la vie*. Cette raison d'être reflète nos valeurs et guide nos actions. Notre conseil d'administration s'engage à respecter de solides pratiques de gouvernance. Nos administrateurs croient en leur contribution à une gestion efficace de l'entreprise et à la réalisation de ses objectifs stratégiques et opérationnels.

L'identification et l'évaluation des risques que court l'entreprise relève des divers comités du Conseil, dont le Comité d'audit et le Comité de l'environnement, de la santé et de la sécurité, qui suivent l'évolution des enjeux propres à ces domaines.

Dans le cadre de ses responsabilités fiduciaires, le Conseil supervise les activités de l'entreprise relativement à la gestion des enjeux liés à l'environnement, à la santé et à la sécurité. 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.

Code de conduite éthique des affaires

Notre Code de conduite reflète et met de l'avant nos valeurs communes de même que notre engagement à respecter des normes strictes quant à la conduite de nos affaires. Le code aide les collègues à comprendre 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. Chaque membre du conseil d'administration, dirigeant et employé de l'entreprise doit lire, comprendre et respecter le Code, qui inclut les politiques et procédures qui s'y rattachent.

Comité de RSE

Notre comité de RSE est formé de représentants provenant des différents secteurs d'activité de l'entreprise. Il se réunit quatre fois par an pour établir les priorités, les indicateurs et les responsabilités pour chacun de nos trois piliers de RSE, puis veille au déploiement des différentes initiatives à l'échelle de l'entreprise.

Nos fournisseurs

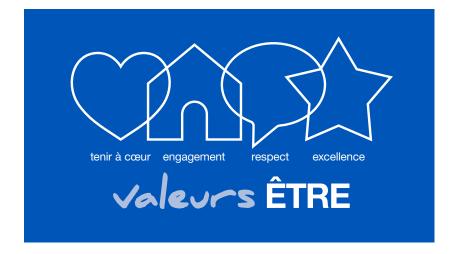
Nous nous attendons à ce que nos fournisseurs adhèrent aux mêmes valeurs et aux mêmes principes que nous. Pour les soutenir dans cet effort, nous fournissons des directives claires dans notre Code de conduite des fournisseurs. Le Code décrit les différentes approches qu'ils peuvent adopter pour améliorer les conditions de travail de leurs employés de même que la façon de demeurer au courant de l'évolution des pratiques de l'industrie. Bien qu'un suivi soit fait auprès de nos fournisseurs sur une base régulière, suivi qui comprend

des inspections et des vérifications non planifiées, nous ne pouvons pas garantir que chacun de ces fournisseurs soit toujours complètement conforme au Code de conduite des fournisseurs.

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

Valeurs **ÊTRE**

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



À propos du présent rapport

Message à l'intention de nos parties prenantes

La RSE chez Loblaw

Réaliser notre raison d'être

Environnement

Approvisionnement

Communauté

Progression par rapport à nos objectifs

Objectifs de RSE

Gouvernance



Aller jusqu'au bout

« En tant que mère, j'ai vu ma fille qui luttait contre une faible estime d'elle-même se fixer un objectif personnel, persévérer et atteindre cet objectif. La course lui a permis d'atteindre un objectif réalisable, mais aussi de voir à l'intérieur d'elle-même un potentiel qu'elle n'avait pas encore découvert. »

Jo-Anne C., mère d'une participante de Courez pour la cause et de la Course pour les femmes

En 2017, plus de 17 000 Canadiens ont participé à la Course pour les femmes PHARMAPRIX AIMEZ. VOUS. Parmi eux se trouvaient de nombreuses jeunes femmes qui avaient aussi participé au programme Courez pour la cause. En s'appuyant sur les bienfaits cliniquement prouvés que peut avoir l'exercice aérobique sur le traitement de la dépression légère à modérée et avec l'aide de *Shoppers Drug Mart/ Pharmaprix*, Courez pour la cause est un programme d'éducation et d'entraînement de six semaines qui fournit aux jeunes femmes des stratégies en matière de santé mentale tandis qu'elles s'entraînent à participer à une course de cinq kilomètres.



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.