

Rapport sur la responsabilité sociale de l'entreprise

2018



À propos de ce rapport



En tant que chef de file canadien dans les domaines de l'alimentation et de la pharmacie, nous jouons un rôle de premier plan dans la réalisation de changements environnementaux et sociaux positifs, tant à l'échelle nationale que dans les collectivités que nous servons. Nous aspirons à faire office de figure de proue à ces chapitres, et nous souhaitons que nos parties prenantes, nos actionnaires et le public en général soient au courant de ce que nous faisons pour trouver des solutions à certains des défis pressants auxquels les consommateurs canadiens sont confrontés.

Dans ce 12^e rapport annuel sur la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), en plus de poser un regard rétrospectif sur nos objectifs de RSE, nous présentons également les nouvelles cibles que nous nous efforcerons d'atteindre. Nous y exposons aussi certains des aspects de notre cadre de gouvernance de la RSE qui déterminent notre responsabilité en matière de reddition de comptes, de même que les enjeux sur lesquels doivent porter nos efforts, soit ceux qui comptent le plus pour nos clients. Enfin, nous faisons état de nos progrès quant à trois grands piliers :

Environnement

- Nous nous sommes engagés à réduire l'incidence de nos activités sur l'environnement et nous reconnaissons que nous pouvons avoir un effet considérable en améliorant notre approche à l'égard de la gestion des matières résiduelles, de la consommation d'énergie, de l'emballage, du transport et de l'efficacité des gaz réfrigérants.

Approvisionnement

- Nos clients s'attendent à ce que les produits que nous offrons soient sécuritaires et qu'ils proviennent de sources responsables. Nous devons donc nous assurer que nos valeurs soient respectées tout au long de notre chaîne d'approvisionnement, favoriser les produits sécuritaires et durables, ainsi que soutenir les fournisseurs canadiens.

Communauté

- Nous désirons faire une différence positive dans les communautés où nous œuvrons, notamment en luttant contre la faim chez les enfants, en faisant passer la santé des femmes avant tout, en soutenant financièrement la recherche visant à trouver des solutions aux défis liés à la production alimentaire durable, en faisant la promotion de la santé et du bien-être, ainsi qu'en redonnant aux collectivités que nous servons.

Pour plus de renseignements

Ce rapport fait état de nos progrès en matière de RSE en ce qui a trait aux activités de notre entreprise en 2018. Pour toute question concernant la RSE, écrivez-nous à rse@loblaw.ca. Pour obtenir les dernières mises à jour sur nos progrès, suivez-nous sur [Twitter*](#), [Facebook](#) et [LinkedIn*](#).

* En anglais seulement

À propos de Loblaw

Les Compagnies Loblaw Limitée (« Loblaw » ou la « Société ») est le chef de file canadien dans les domaines de l'alimentation et de la pharmacie, le détaillant le plus important au pays, le détenteur d'une gamme de produits de marques contrôlées parmi les plus appréciées au pays et le partenaire en qui des millions de Canadiens ont confiance en matière de santé et de bien-être.

S'étendant d'un océan à l'autre, notre réseau est constitué de plus de 2 400 magasins détenus par la société, de magasins indépendants et de pharmacies offrant aux clients des produits d'épicerie, de santé, de bien-être et de beauté, des vêtements, de la marchandise générale, des services financiers, ainsi que des produits et services de téléphonie mobile. Plusieurs de ces produits et services sont assortis de composantes numériques conçues spécifiquement pour répondre aux besoins des clients, toutes s'appuyant sur le programme de fidélisation *PC Optimum*.

Que ce soit sur le plan stratégique ou social, nous sommes guidés par la raison d'être qui anime l'ensemble de l'entreprise : *Profiter pleinement de la vie*. Jour après jour, cette raison d'être prend vie dans nos cinq divisions :

Visitez Loblaw.ca

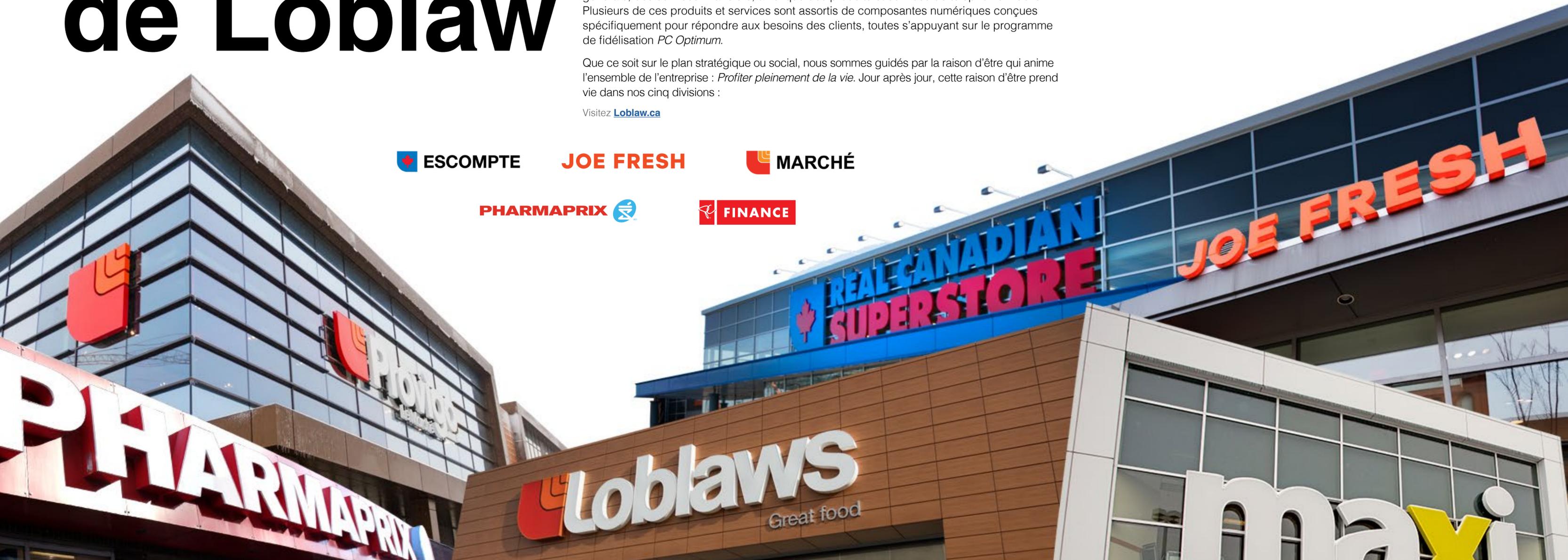
 ESCOMPTE

 JOE FRESH

 MARCHÉ

 PHARMAPRIX

 FINANCE



Message à nos parties prenantes

Merci de prendre le temps de lire le rapport sur la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) de Loblaw pour 2018.

Depuis 100 ans, Loblaw est une entreprise familiale et je suis fier d'être la troisième génération de ma famille à diriger cette entreprise, qui place au premier plan les besoins et le bien-être des Canadiens. En tant qu'entreprise générationnelle, les tendances à long terme, qu'elles soient sociales, démographiques ou environnementales, ont de l'importance. Nous avons une responsabilité envers notre entreprise et envers les communautés et le pays où nous exerçons nos activités. Ce ne sont pas là que des concepts abstraits, car c'est ce qui façonne la vision que nous avons de l'entreprise que nous laisserons à ceux qui nous succéderont, en plus de constituer les fondements de nos engagements de RSE.

Ce rapport offre à nos clients, à nos parties prenantes et à nos collègues une vue globale de ces efforts et de leur incidence sur les communautés que nous servons. Dans les pages qui suivent, vous trouverez des mises à jour concernant nos trois piliers de RSE, soit l'environnement, l'approvisionnement et la communauté, de même qu'une démonstration claire à l'effet que nous avons un impact important sur les enjeux qui comptent le plus.

Dans ce rapport, vous découvrirez :

- Notre stratégie de réduction du carbone. Vous constaterez que nous avons déjà atteint notre objectif de réduction de notre empreinte carbone de 20 % d'ici 2020 grâce à une réduction de la consommation d'électricité, à la modernisation de nos systèmes d'éclairage, aux améliorations apportées au niveau des gaz réfrigérants, et plus encore. Compte tenu de ce succès, notre attention se tourne maintenant vers l'objectif plus ambitieux de réduire notre empreinte de 30 % d'ici 2030, et nous sommes optimistes quant au respect de cet engagement.
- Notre plan visant à réduire le gaspillage alimentaire de 50 % d'ici 2025, en améliorant nos programmes de réacheminement des matières résiduelles. Bien que des recherches récentes* démontrent que les taux de gaspillage alimentaire générés par les détaillants sont relativement faibles, nous avons l'intention d'exercer un rôle de leadership au sein de l'industrie en prenant et en respectant des engagements significatifs.

* Recherche de Second Harvest (site Web en anglais seulement)

- Notre engagement continu à améliorer les conditions de travail dans les installations qui fabriquent nos produits. Nous avons été l'un des premiers signataires de l'Accord original sur la sécurité incendie et la sécurité des bâtiments au Bangladesh, et nous avons de nouveau été parmi les premiers à signer l'Accord de transition afin de nous assurer de maintenir le momentum au Bangladesh.
- Notre investissement considérable dans la santé et le bien-être des Canadiens. Grâce à la Fondation pour les enfants le Choix du Président, nous favorisons l'éducation en matière de nutrition de même que l'accessibilité à la nourriture pour des centaines de milliers d'enfants canadiens. Grâce au programme *Pharmaprix AIMEZ. VOUS.MC*, nous faisons une différence dans la vie des femmes canadiennes en les aidant à faire passer leur santé avant tout.

Je suis satisfait de nos progrès, non seulement parce que nos collègues travaillent fort pour les réaliser, mais aussi parce que nous respectons nos engagements sur le plan financier en même temps. Cette dualité a longtemps été considérée comme impossible, mais nous faisons la démonstration que des efforts tournés vers l'avenir comme ceux que vous découvrirez dans ce rapport génèrent en fait du rendement pour les actionnaires.

En d'autres mots, la croissance et la prospérité n'ont pas à se faire au détriment du développement durable, et nous avons adopté cette mentalité partout au sein de notre organisation alors que nous travaillons à bâtir une entreprise dont nous pouvons être fiers aujourd'hui et pour les générations à venir.

Galen G. Weston
Président exécutif du Conseil

« La croissance et la prospérité n'ont pas à se faire au détriment du développement durable... »

Engagement des parties prenantes



L'engagement des parties prenantes est un élément essentiel de notre stratégie de RSE pour mieux comprendre les priorités et les préoccupations des Canadiens.

Ce que nos clients nous ont dit

Nous avons travaillé avec une firme de recherche indépendante pour sonder en ligne les consommateurs canadiens afin de mieux comprendre ce qui importe le plus aux yeux de nos clients et d'évaluer nos progrès par rapport à plusieurs de ces enjeux préoccupants.

Les résultats du sondage de 2018 ont révélé que les Canadiens continuent de s'attendre à de la qualité et à un prix juste, suivis de près par un certain nombre d'attentes en lien avec des valeurs telles que la fiabilité, l'honnêteté, la transparence et l'intégrité.

Ce que nos autres parties prenantes nous ont dit

Nous avons mesuré la pertinence de notre rapport de RSE auprès d'un groupe de parties prenantes parmi les plus influentes afin de mieux comprendre l'incidence de nos rapports. Cette évaluation s'est faite à l'aide de sondages et d'entrevues menés auprès de membres de la direction de plusieurs de nos principaux fournisseurs, ainsi que d'établissements d'enseignement, de firmes de recherche spécialisées en durabilité et d'associations de l'industrie.

Cette analyse nous a démontré que nos principales parties prenantes croient que l'envergure et l'étendue des activités de notre entreprise nous permettent de jouer un rôle d'influence de premier plan quant à l'adoption de pratiques commerciales plus durables au sein de notre industrie.





Environnement

Nous sommes heureux de faire état de progrès importants dans le cadre de notre stratégie de RSE en ce qui a trait au pilier de l'environnement, notamment au niveau de la réduction de nos émissions de carbone, de l'atténuation des risques associés aux changements climatiques et de la réduction des matières résiduelles liées aux produits alimentaires, aux plastiques, aux emballages et aux textiles.

Réduction de notre empreinte carbone

Nous sommes conscients de l'impact grandissant qu'ont les émissions de gaz à effet de serre (GES) sur le plan environnemental et nous avons à cœur de faire partie de la solution. Nous croyons que l'atteinte d'objectifs de réduction de l'empreinte carbone peut être possible sans nuire à la croissance économique.

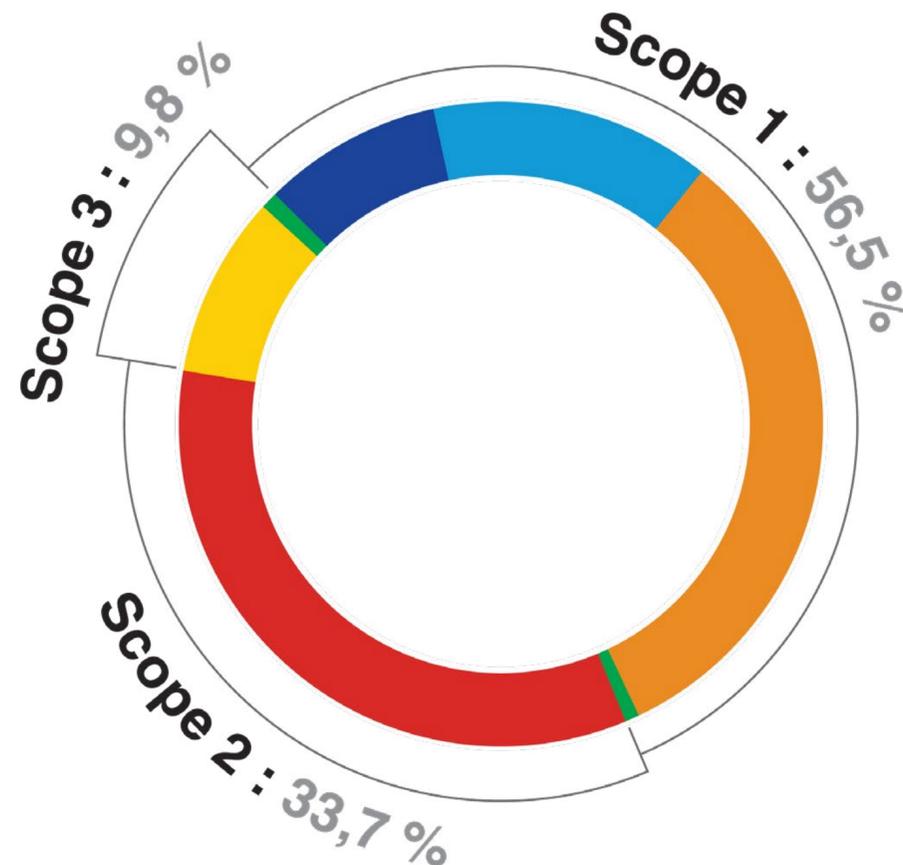
En 2016, nous nous sommes engagés à réduire notre empreinte carbone de 20 % d'ici 2020 et de 30 % d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2011. Nous sommes fiers d'avoir atteint l'objectif établi pour 2020 plus tôt que prévu, soit en 2017. Nous nous concentrerons maintenant sur nos objectifs de 2030, en accordant une attention particulière à la gestion de la consommation d'énergie, à la réduction des fuites de gaz réfrigérants et des matières résiduelles, ainsi qu'à l'efficacité au niveau des transports.

En 2018 :

- Nous avons réduit nos émissions absolues de GES de 26,1 % par rapport à l'année de référence 2011 et nous comptons réduire nos émissions de carbone conformément aux objectifs nationaux du Canada.
- Dans le cadre de projets pilotes, les systèmes de réfrigération de plusieurs magasins ont été convertis de manière à pouvoir utiliser des mélanges d'hydrofluoroléfines (HFO) à plus faible potentiel de réchauffement planétaire (PRP); ces magasins utilisaient auparavant des gaz réfrigérants à fort PRP à base d'hydrofluocarbures (HFC).
- Nous avons maintenu notre programme de vérification des fuites de gaz réfrigérants dans l'ensemble de notre réseau.
- Nous avons converti l'éclairage fluorescent à DEL dans 166 magasins et 473 pharmacies *Shoppers Drug Mart/Pharmaprix*.
- Nous avons ajouté des portes aux unités de réfrigération dans 30 magasins.
- Nous avons évité l'enfouissement de près de 66,6 % des matières résiduelles de nos magasins détenus par la société et de 90 % de celles de nos centres de distribution.

Gestion des risques liés aux changements climatiques

Bien que nous continuions de réaliser des progrès quant à l'atteinte de nos objectifs en matière de réduction de nos émissions de carbone, nos clients, nos investisseurs et nos collègues nous demandent de plus en plus comment nous gérons l'incidence des changements climatiques. À cette fin, nous entreprendrons en 2019 une analyse de scénarios en lien avec les risques climatiques. Cette évaluation nous aidera à mieux comprendre les impacts possibles des changements climatiques et leur incidence sur nos activités au quotidien.



852 444* tonnes CO₂e

Électricité	33,7 %
Fuites de gaz réfrigérants	32,5 %
Consommation d'énergie fossile	14,2 %
Matières résiduelles	9,1 %
Carburant utilisé pour la flotte de transport	8,9 %
Voyages d'affaires	1,6 %

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

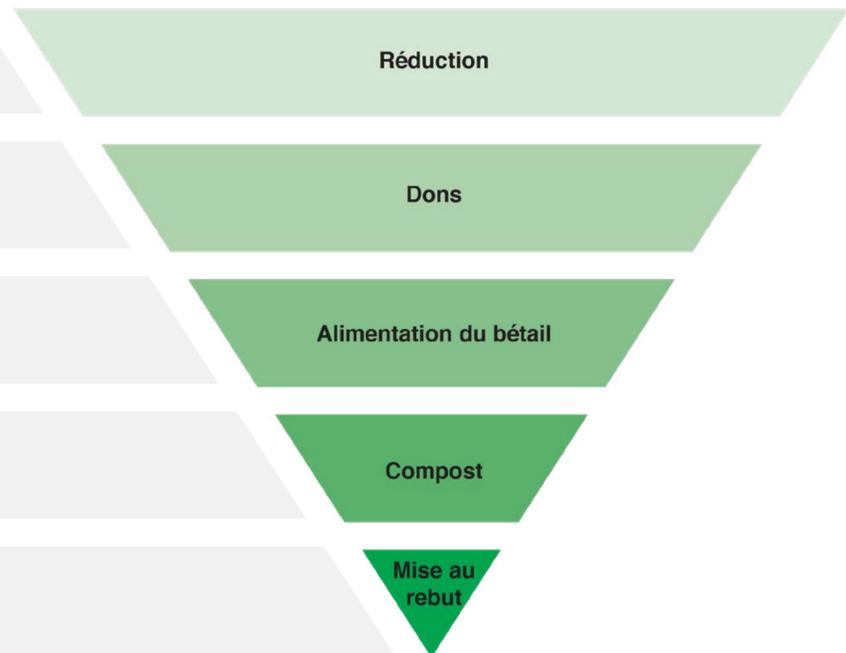
* Les émissions de carbone sont calculées par la société The Delphi Group, conformément au Greenhouse Gas Reporting Protocol.

Gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire demeure un enjeu complexe. Bien qu'il soit en partie inévitable, il reste largement inutile et inacceptable. Nous avons entrepris d'attaquer le gaspillage alimentaire de front avec la mise en place d'un plan ambitieux visant à réduire et/ou détourner des sites d'enfouissement nos matières résiduelles alimentaires de 50 % d'ici 2025, par rapport à l'année de référence 2016.

Grâce à l'adoption de cibles et d'un plan d'action clairs, nous avons fait un pas dans la bonne direction afin de combler le fossé entre la faim et le gaspillage alimentaire, de manière à ce que les denrées soient acheminées aux bons endroits et à ceux qui en ont besoin, et ce, grâce à nos programmes novateurs. Nous intervenons à différents niveaux de la chaîne de valeur afin d'obtenir des résultats probants dans chacun des cinq secteurs suivants :

- Réduction – nous avons investi dans des systèmes de gestion d'inventaires de pointe afin que la bonne quantité de produits soit commandée et que ceux qui approchent de leur date de péremption soient démarqués pour un écoulement plus rapide.
- Dons – nous avons élargi le réseau de banques alimentaires et d'agences de récupération auxquels nous contribuons afin de nous assurer que les denrées que nous donnons soient remises aux gens dans le besoin par l'entremise de partenaires de confiance.
- Alimentation du bétail – lorsque les installations et les infrastructures requises le permettent, nous faisons en sorte que les produits d'épicerie périmés soient utilisés pour la préparation d'aliments pour animaux à base de céréales.
- Compost – lorsque les installations et les infrastructures requises le permettent, les résidus de fruits et légumes et d'autres matières résiduelles organiques non comestibles sont acheminés vers des digesteurs anaérobies pour produire de l'électricité, alors que l'huile de cuisson usée est convertie en biodiésel.
- Mise au rebut – les surplus alimentaires ne sont éliminés que s'il n'existe aucune autre option de réacheminement.



Nous avons réduit le gaspillage alimentaire et avons introduit de nouvelles normes opérationnelles dans le cadre de notre stratégie de gestion du gaspillage alimentaire. Parmi les principaux éléments de cette stratégie, mentionnons les dons de denrées qui ont presque doublé depuis 2016.



Plastiques

Nous comprenons que les clients s'attendent à ce que nous jouions un rôle de premier plan dans la gestion des matières plastiques résiduelles. En 2018, nous sommes devenus membre fondateur de la [Coalition pour le leadership en matière d'économie circulaire](#) (CLEC) (site Web en anglais seulement), qui encourage et facilite la collaboration entre les industries, les experts, les collectivités et tous les paliers de gouvernement quant à l'élaboration et à la mise en œuvre de nouvelles solutions d'économie circulaire.

L'économie circulaire consiste en une boucle fermée où rien n'est gaspillé. Grâce à l'innovation, les biens sont conçus pour être durables, réparables et réutilisables; les matières résiduelles sont éliminées du système et les matériaux recyclés retournent dans le système et redeviennent une ressource précieuse. Cette approche contribue à réduire la demande au niveau des matières premières et à favoriser les principes liés à la durabilité.

Nous travaillons à l'intégration de solutions d'économie circulaire dans le cadre de nos activités afin de réduire de façon significative la quantité d'emballage que nous utilisons, sans toutefois compromettre l'intégrité de nos produits ni la sécurité des aliments.



Engagement à l'égard des emballages à base de fibres

Nous reconnaissons l'importance d'avoir recours à des matériaux issus de sources durables et de réduire l'empreinte carbone des emballages de nos produits de marque privée. En 2014, nous nous sommes engagés à ce que les fibres utilisées dans nos emballages de produits de marque privée, y compris pour les boîtes et les plateaux en carton ondulé, proviennent de matières recyclées et/ou de forêts à exploitation durable certifiées. Ces efforts contribuent à garantir que nos emballages faits à base de papier proviennent de sources responsables. En créant de la demande pour ces matériaux, nous pouvons contribuer à la protection de nos forêts pour les générations futures. Nous sommes fiers de déclarer qu'à la fin de 2018, 96,7 % des fibres utilisées à l'intérieur de notre chaîne d'approvisionnement provenaient de telles sources.



Réduction des matières résiduelles provenant des textiles

Pour aider à trouver des solutions aux enjeux liés aux matières résiduelles générées par les textiles, nous avons établi un partenariat avec le [George Brown College et son programme Fashion Exchange](#) (site Web en anglais seulement), une plaque tournante dans le domaine du design de la mode durable au pays. Dans le cadre de ce partenariat, le *George Brown College* explorera la mise au point de nouvelles méthodes novatrices de mise en valeur des textiles, dans l'espoir de trouver des solutions pratiques à cet enjeu.

Approvisionnement

Nous voulons être reconnus comme un chef de file en matière de responsabilité sociale et répondre aux besoins et aux attentes de nos clients. Pour ce faire, nous avons porté une attention accrue à l'efficacité de notre chaîne d'approvisionnement et à nos engagements envers la sécurité des aliments, le bien-être animal et la durabilité.

Sécurité et transparence de la chaîne d'approvisionnement

Nous avons pris des mesures importantes pour améliorer la sécurité et le degré de transparence au sein de notre chaîne d'approvisionnement internationale, particulièrement en ce qui concerne la fabrication de vêtements et l'approvisionnement en matériaux.

Bangladesh

- En 2013, nous avons signé l'[Accord sur la sécurité incendie et la sécurité des bâtiments au Bangladesh](#) (l'« Accord ») (site Web en anglais seulement), puis, en 2017, nous avons signé un Accord de transition pour maintenir l'élan généré par l'accord initial.
- L'Accord a entraîné une amélioration significative des conditions de travail de plus de 2 millions de travailleurs de l'industrie du vêtement au Bangladesh, quelque 1 600 usines ayant fait l'objet d'inspections et d'activités de réfection.

À l'étranger

- Lorsque Loblaw est l'importateur officiel, les usines situées à l'étranger doivent effectuer une évaluation des conditions de travail chaque année. Loblaw fait également faire des évaluations des structures et de la sécurité incendie en Asie du Sud-Est et dans d'autres marchés.
- Une équipe de responsables des audits de conformité et de vérificateurs de la production veille à ce que ces évaluations aient lieu, et ce, de manière à favoriser les droits et la sécurité des travailleurs, à soutenir les initiatives d'amélioration des usines et à confirmer que nos produits proviennent d'usines approuvées.

Transparence accrue relativement à nos fournisseurs

- Une liste des usines qui nous approvisionnent en vêtements et en chaussures est publiée sur [Loblaw.ca](#).
- Cette liste est mise à jour deux fois par année pour en assurer l'exactitude et la pertinence.

Approvisionnement en matières premières

- En 2013, Joe Fresh s'est engagée par écrit à ne pas s'approvisionner en coton produit en Ouzbékistan et a étendu cet engagement au Turkménistan en 2017 en raison de preuves largement répandues à l'effet que ces pays utilisent des enfants pendant la période de récolte.
- Joe Fresh a également interdit l'approvisionnement ou l'utilisation du mohair (chèvre angora) et de poils angora (lapin angora) pour des raisons de bien-être animal.





Assurance de la qualité et sécurité des aliments

Nos normes et processus d'assurance de la qualité et de sécurité des aliments garantissent que les produits que nous offrons sont sécuritaires. Ils comptent parmi les plus rigoureux de notre industrie et ont une incidence sur tous les aspects de la chaîne alimentaire – du fournisseur d'ingrédients au transformateur, en passant par notre chaîne d'approvisionnement et de distribution.

- Étant donné que Loblaw est un grand importateur de produits alimentaires, nous avons mis en place un solide système de gestion des données pour assurer la conformité aux exigences en matière de certification et de traçabilité et pouvoir en faire le suivi. En 2018, nous avons été encore mieux en mesure de nous assurer que nos produits proviennent de sites certifiés comme étant sécuritaires sur le plan de la salubrité alimentaire. Dans le cadre de ce nouveau programme, nos fournisseurs ont atteint un taux de certification dépassant les 90 %.
- En 2018, nous avons élargi notre processus de rappels pour y inclure l'envoi rapide de messages à nos clients membres des programmes de fidélisation *PC Optimum* et *PC Express*^{MC}.

sans nom^{MD} Simple et vérifié^{MC}

Nos clients se soucient des ingrédients entrant dans la composition de leurs repas. C'est pourquoi nous avons créé le symbole sans nom^{MD} *Simple et vérifié*. Le symbole *Simple et vérifié* aide à identifier facilement les produits sans nom^{MD} qui ne contiennent aucun des dix ingrédients suivants : colorants de synthèse, arômes artificiels, glutamate monosodique, BHA/BHT/TBHQ, huiles hydrogénées, édulcorants artificiels, polyalcools, azodicarbonamide, polydextrose et huiles végétales bromées. Nous offrons plus de 60 produits sans nom^{MD} arborant le symbole *Simple et vérifié*, et continuons à activement élargir la gamme.

Bien-être des animaux

Bien que nous ne soyons pas directement impliqués dans l'élevage ou la transformation des animaux, nous travaillons en étroite collaboration avec nos fournisseurs pour nous assurer que ces pratiques sont conformes aux lignes directrices du gouvernement et de l'industrie.

Nos actions sont guidées par notre engagement envers le [Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage](#) (CNSAE), les attentes de nos clients, les meilleures pratiques de l'industrie, les relations avec les fournisseurs, ainsi que les conseils et le soutien de conseillers scientifiques éminents – tous des facteurs reflétés dans notre documentation sur nos [Principes relativement au bien-être des animaux](#).

Bœuf durable

En 2017, la [Table ronde canadienne sur le bœuf durable](#) (site Web en anglais seulement) a créé le Cadre pour le bœuf durable certifié, un outil permettant de certifier les fermes, les ranchs et les installations de transformation en fonction des normes canadiennes de durabilité du bœuf. La raison d'être du cadre de la Table ronde consiste à favoriser l'avancement et la reconnaissance de la durabilité du bœuf au Canada par l'entremise d'un programme de certification de classe mondiale.

Nous avons joué un rôle important dans l'élaboration de ce cadre, en aidant à établir les normes de durabilité, les processus de certification et les lignes directrices en matière de marketing et de communication. En 2018, nous avons participé au projet pilote d'Accélération de la durabilité du bœuf canadien. Ce projet a permis de retracer le bœuf provenant de fermes vérifiées en vertu des normes de durabilité de la Table tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour mettre en valeur les initiatives relatives au bœuf durable au Canada.



PC^{MD} Simplement bon^{MD}

En 2007, nous avons lancé la marque *PC Simplement bon* et nous offrons maintenant plus de 250 produits de bœuf, de porc, de volaille et d'agneau dans nos rayons des produits frais, des produits surgelés, de l'épicerie, de la charcuterie et des mets préparés. Nous travaillons avec des producteurs qui ont recours à des pratiques agricoles novatrices de façon à ce que les animaux de la marque *PC Simplement bon* soient élevés sans l'utilisation d'antibiotiques ni d'hormones*.

En 2018, nous avons continué de faire croître notre offre de produits *PC Simplement bon* avec l'ajout de 37 produits se retrouvant dans l'ensemble de notre réseau, des produits *PC Simplement bon* étant maintenant offerts dans les magasins *Max^{MD}*, *No Frills^{MD}* et *Shoppers Drug Mart[®]/Pharmaprix^{MD}*.

* Tout le porc, le poulet, la dinde et l'agneau sont élevés sans l'utilisation d'hormones.

Des fruits et légumes cultivés ici

Nous sommes très fiers d'offrir une vaste gamme de fruits et de légumes frais cultivés au Canada. Cherchant toujours à innover et à ouvrir de nouvelles avenues, nous nous sommes engagés à augmenter nos achats de fruits et légumes cultivés au Canada de 150 millions de dollars d'ici 2025 de manière à favoriser l'achat local par rapport à l'importation. En achetant plus de produits d'ici, nous pouvons offrir à la clientèle des produits d'une qualité et d'une fraîcheur accrues, tout en réduisant notre empreinte carbone et en nous assurant d'investir dans la communauté agricole du Canada. En 2018, près de 50 % des fruits et légumes achetés pendant la saison des récoltes provenaient de producteurs canadiens.





Communauté

Loblaw est fière d'être un employeur important partout au pays et de contribuer au bien-être des Canadiens grâce aux produits et aux services offerts dans ses magasins. Nos efforts visent à faire la promotion de la santé et du bien-être et à redonner aux communautés où nous sommes présents.

Investir dans la santé et le bien-être

Nos épicereries et les pharmacies affiliées à nos bannières forment une puissante combinaison qui rend la santé et le bien-être plus facilement accessibles pour des millions de Canadiens. Notre réseau de pharmacies soutient nos clients au niveau de la gestion de leurs médicaments, la prévention des maladies, leurs traitements et la gestion globale de leur santé.

En 2018 :



* Ces données n'incluent pas le Québec. Cette province est la seule qui ne permet pas aux pharmaciens d'administrer des vaccins ou d'être remboursés pour les revues médicamenteuses.

Investir dans nos gens

Le succès et le leadership de l'entreprise sont dus aux personnes incroyables qui travaillent dans nos magasins, nos centres de distribution, les pharmacies affiliées à nos bannières et nos bureaux partout au Canada.

En 2018 :

- Nous avons embauché plus de 18 000 personnes. Plusieurs centaines d'entre elles ont comblé de nouveaux postes qui reflètent les nouvelles avenues dans lesquelles s'engage notre entreprise, notamment dans les domaines des données et de l'analyse, des activités de développement, de l'informatique, de l'automatisation, de l'intelligence artificielle et plus encore.
- Nos collègues ont complété plus de 120 000 modules de formation.
- Notre Conseil d'inclusion s'est élargi à plus de 100 membres, répartis dans nos cinq divisions opérationnelles et nos centres de services aux magasins. Le conseil et ses membres intègrent des valeurs et des stratégies inclusives au sein de l'entreprise en fonction de quatre priorités : les déficiences, le genre, la communauté LGBTQ+, ainsi que les communautés multiculturelles et autochtones.
- Notre [conseil d'administration](#) est composé à 42 % de femmes.
- Nous vérifions l'équité salariale sur une base régulière et poursuivons notre engagement à offrir l'équité salariale pour des postes et des échelons similaires dans l'ensemble de l'entreprise. Nous avons identifié des secteurs à prioriser et avons mis des plans d'action en place.
- Le site de recherche d'emploi américain *Hired* a identifié les Services numériques Loblaw comme l'une des 10 marques les plus attrayantes pour les travailleurs du domaine des technologies de Toronto. Les Services numériques Loblaw ont reçu cette distinction après seulement cinq années d'existence.
- Plus de 30 000 collègues ont célébré des anniversaires de service de 10 ans ou plus.
- Nous avons été reconnus par *Mediacorp* comme l'un des meilleurs employeurs au Canada pour la 11^e année consécutive et l'un des meilleurs employeurs pour la diversité au Canada pour la 9^e année consécutive.



Nous souhaitons investir dans nos collègues pour assurer leur croissance et leur développement et ainsi mieux servir nos clients.

La Fondation pour les enfants le Choix du Président : un engagement de 150 millions de dollars pour les enfants canadiens

Depuis 30 ans, la Fondation pour les enfants le Choix du Président (la « Fondation ») fait une différence dans la vie des enfants canadiens. En 2018, la Fondation a changé sa mission pour mettre le pouvoir de l'alimentation entre les mains des enfants canadiens. S'étant engagée à verser 150 millions de dollars au cours des 10 prochaines années, elle consacre maintenant ses efforts uniquement à la lutte contre la faim chez les enfants et à l'éducation nutritionnelle des enfants au Canada.

En 2018 :

- La Fondation a aidé à nourrir ou à prodiguer de l'éducation nutritionnelle à plus de 640 000 enfants; depuis 2008, elle a versé 54 millions de dollars à des programmes de nutrition.
- Pour l'année scolaire 2018-2019, la Fondation a octroyé des dons à plus de 2 500 écoles et a aidé à nourrir près de 400 000 élèves, devenant ainsi l'un des plus importants organismes de financement canadiens pour les programmes de repas en milieu scolaire.
- La Fondation a élaboré conjointement avec la fondation UNIS une série de cours de nutrition de même que la campagne [Unis pour bien manger](#) dans le cadre du programme UNIS à l'école afin d'offrir de l'éducation en matière de nutrition aux enfants canadiens.
- La Fondation a créé une nouvelle subvention dédiée à l'innovation pour s'attaquer aux obstacles systémiques qui limitent l'accès à la nourriture et offrir aux jeunes des possibilités en termes d'éducation et de leadership. La [première subvention](#) (site Web en anglais seulement) visait à soutenir une ferme modulaire. Une serre à haut rendement permettant l'agriculture verticale a été offerte aux élèves de la *Dene High School* de La Loche, en Saskatchewan, une collectivité nordique et rurale où il peut être difficile de se procurer des produits frais à l'année. Les élèves ont appris à planter, à cultiver, à récolter et à préparer leurs fruits et légumes pour leur programme de nutrition scolaire et pour leur communauté.



« Dans un pays aussi prospère que le Canada, il est inacceptable que tant d'enfants ne mangent pas ou pas assez chaque jour. »

- Sarah Davis,
Présidente, Les Compagnies Loblaw Limitée,
et présidente du conseil d'administration de la
Fondation pour les enfants le Choix du Président



Pharmaprix AIMEZ. VOUS.^{MD} :
faire passer la santé des femmes avant tout

La Fondation Life de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix fait depuis longtemps une différence dans la vie des femmes au Canada. Par l'entremise du programme *Pharmaprix AIMEZ. VOUS.*, nous encourageons les Canadiennes à faire de leur propre santé une priorité et leur permettons d'avoir accès à l'expertise de nos partenaires œuvrant au sein de grands organismes voués à la santé des femmes au Canada.

En 2018 :

- Plus de 22 500 coureurs ont participé à la Course pour les femmes *Pharmaprix AIMEZ. VOUS.* Lors des 17 courses tenues, plus de 2,3 millions de dollars ont été amassés et remis à des organismes locaux partout au Canada pour offrir des programmes de santé mentale aux femmes qui en ont le plus besoin.
- Nous nous sommes associés à la [Fondation Cœur + AVC](#) pour transformer le secteur de la santé vasculaire et cérébrale chez les femmes au Canada. Dans le cadre d'un partenariat de trois ans, nous sensibiliserons la population à la principale cause de décès prématuré chez les femmes au Canada et aiderons ces dernières à protéger leur santé vasculaire. Ensemble, nous commencerons à combler l'écart entre les sexes et à sauver des vies.
- Nous nous sommes associés au [Centre de toxicomanie et de santé mentale](#) (CAMH) pour l'élaboration d'une [trousse d'outils en ligne sur la santé mentale](#) fondée sur des données probantes qui permet aux femmes d'autoévaluer leur santé mentale actuelle, et de la consulter à nouveau pour mesurer leurs progrès.



En 2018, grâce au programme *Pharmaprix AIMEZ. VOUS.*, plus de 9,3 millions de dollars ont été versés à des organismes communautaires et de bienfaisance venant en aide aux femmes partout au Canada.

Programme de subventions pour les projets d'innovations alimentaires de Weston

Les Compagnies Loblaw Limitée et George Weston Limitée se sont associées pour offrir du financement de démarrage consacré à la recherche interdisciplinaire afin d'accroître la production d'aliments et d'autres produits agricoles qui nourriront la population toujours croissante de façon durable tant sur les plans environnemental, économique que culturel. Les résultats de ces recherches visent à faire des avancées relativement à des enjeux qui sont une source de préoccupation au Canada et à l'étranger.



Depuis 2016, 20 projets provenant d'universités et de collèges de partout au Canada ont reçu chacun du financement de démarrage allant jusqu'à 250 000 \$ pour la recherche et l'innovation.



L'impact de nos dons

Nous menons plusieurs activités de bienfaisance qui sont à la base de notre approche de RSE, axée sur la communauté. Nos principales activités de bienfaisance visent à lutter contre la faim chez les enfants, éduquer les enfants en matière de nutrition, faire passer la santé des femmes avant tout et verser des dons aux organismes de bienfaisance locaux. En 2018, avec l'aide de nos clients, de nos collègues, de nos employés et de nos partenaires commerciaux, nous avons pu amasser et verser plus de 77 millions de dollars à des organismes de bienfaisance et à but non lucratif partout au Canada.



Banques alimentaires et agences de récupération des aliments

26,3
millions de \$

Ce montant provient des dons de l'entreprise, des fonds amassés lors de collectes de denrées nationales, ainsi que des dons de produits frais que font nos magasins aux banques alimentaires et aux agences de récupération des aliments tout au long de l'année pour rendre la nourriture accessible à ceux qui en ont besoin.



nourrir leur soif d'apprendre

17,7
millions de \$

La Fondation pour les enfants le Choix du Président verse des dons aux écoles pour la mise en place de programmes de nutrition partout au Canada, afin de s'assurer que les enfants ont l'énergie nécessaire pour se concentrer et apprendre. La Fondation accorde également des subventions à des organismes locaux à but non lucratif pour des programmes axés sur l'éducation en matière de nutrition et les aptitudes culinaires, et ce, de manière à enseigner aux enfants l'importance de la nutrition pour qu'ils puissent faire de meilleurs choix.



Rabais à l'achat de cartes-cadeaux

4,1
millions de \$

Le programme d'achats en gros de carte-cadeaux permet à divers groupes communautaires et de bienfaisance participant à des activités qui profitent au public de réaliser des économies et de bénéficier d'autres incitatifs financiers.



4,3
millions de \$

Les fonds récoltés dans les magasins de Loblaw participants lors de la campagne annuelle de Noël de l'Armée du Salut permettent de nourrir, vêtir, abriter et donner des moyens aux personnes dans le besoin pendant les fêtes et toute l'année.

Le principal but philanthropique de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix est de faire passer la santé des femmes avant tout. Par l'entremise du programme Pharmaprix AIMEZ. VOUS.^{MC}, nous soutenons des programmes pour la santé des femmes grâce à des dons de clients, à des dons provenant d'initiatives des pharmaciens propriétaires et à des événements nationaux comme la Course pour les femmes.

9,3
millions de \$



Dons des magasins

6,9
millions de \$



Nous offrons à nos magasins les ressources nécessaires pour financer des événements et des projets qui viennent en aide à leur communauté.

825 000 \$ 

Une partie des profits provenant de la vente de sacs en plastique est versée pour soutenir des programmes comme le [Grand nettoyage des rivages canadiens](#) et le [Fonds Loblaw pour l'eau](#).

Donnez un peu

1,5
million de \$



La campagne d'icônes *Donnez un peu, aidez beaucoup*^{MD} est une collecte de fonds nationale qui associe chaque magasin à un organisme de bienfaisance local et qui permet aux clients de faire des dons en toute simplicité à la caisse.



2,2
millions de \$

Les bons-rabais *Économisez Redonnez*^{MD} permettent aux clients de facilement faire des dons à des organismes locaux. Une partie du bon-rabais peut être échangée par le client à la caisse et l'autre peut être remise à l'un des trois organismes choisis par le magasin en la déposant dans la boîte *Économisez Redonnez*.

Recherche

1,1
million de \$



Soutien financier accordé au Programme de subventions pour les projets d'innovations alimentaires de Weston, ainsi qu'à d'autres projets de recherche dans les domaines du bien-être animal, de la pêche durable, des textiles et des protéines végétales.

Autre

2,8
millions de \$

Nos dons de bienfaisance soutiennent des initiatives stratégiques nationales en lien avec les objectifs et les priorités de l'entreprise. En 2018, 2,8 millions de dollars supplémentaires, non comptabilisés auparavant, ont été versés à des organismes à but non lucratif et à des associations caritatives enregistrées qui œuvrent auprès des communautés du Canada.



Objectifs de RSE

Progression par rapport à nos objectifs de RSE

Environnement

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



Objectif en cours de progression. Nous avons réduit nos émissions de carbone de 26,1 % par rapport à notre taux de référence. [Voir la page 8.](#)

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 atteint avec un taux de conformité de près de 96,7 %. [Voir la page 10.](#)

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



Objectif en cours de progression. [Voir la page 9.](#)

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.



Objectif atteint. Nous travaillons avec le *George Brown College* pour effectuer des recherches afin d'identifier des solutions tangibles à l'enjeu de la mise en valeur des textiles résiduels. Ce partenariat s'étendra jusqu'à la fin de 2020. [Voir la page 10.](#)

Approvisionnement

D'ici la fin de 2018, fabriquer nos produits d'entretien ménager, de soins corporels et de beauté *Life Brand*^{MD} et *le Choix du Président*^{MD} 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.



Objectif atteint. À la fin de 2018, tous nos produits d'entretien ménager, de soins corporels et de beauté *Life Brand*^{MD} et *le Choix du Président*^{MD} étaient fabriqués sans triclosane, phtalates ou microbilles de plastique. Nos fournisseurs sont encouragés à repérer et à éliminer les phtalates pouvant provenir de l'équipement de fabrication et de 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.



Objectif atteint. Tout le veau frais offert provient 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.



Objectif en cours de progression. Nous continuons d'encourager et de recevoir des mises à jour provenant de nos fournisseurs de porc frais.

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



Objectif en cours de progression. En 2018, nous avons élargi la distribution d'Œufs oméga provenant de poules en liberté *PC*^{MD} *Menu bleu*^{MD} à encore plus de magasins et avons élaboré des plans pour offrir exclusivement des œufs provenant de poules élevées en liberté pour les marques *PC*, *PC Menu bleu* et *PC Biologique*.

D'ici 2025, acheter 150 millions de dollars de plus de fruits et légumes canadiens qui auraient autrement été importés.



Objectif en cours de progression. [Voir la page 15.](#)

Communauté

D'ici la fin de 2018, amasser et remettre 3 millions de dollars à divers organismes dans le cadre de notre programme *Économisez Redonnez*^{MC} dans nos magasins de la division Escompte.



Objectif atteint. Depuis le lancement du programme *Économisez Redonnez*^{MC} en 2016, plus de 5,2 millions de dollars ont été remis à divers organismes partout au Canada, incluant 2,2 millions de dollars en 2018.

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



Objectif non atteint. Nous prévoyons le lancement de la plateforme en 2019.

D'ici les 10 prochaines années, la Fondation pour les enfants le Choix du Président versera 150 millions de dollars pour lutter contre la faim chez les enfants.



Objectif en cours de progression. [Voir la page 19.](#)

Objectifs de RSE

Environnement

- Réduire de 30 % l'empreinte carbone des activités liées à notre exploitation d'ici 2030 par rapport à notre taux de 2011.
- D'ici 2025, réduire de 50 % le gaspillage alimentaire dans nos magasins (par rapport à notre taux de 2016).

NOUVEAU • Effectuer une évaluation des risques climatiques afin de comprendre les risques liés aux changements climatiques sur nos activités en accord avec les recommandations du [Groupe de travail sur l'information financière relative aux changements climatiques](#) (GIFCC) (site Web en anglais seulement).

NOUVEAU • Lancer une approche globale pour s'attaquer au problème des déchets de plastiques.

Approvisionnement

- 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.
- D'ici 2025, acheter 150 millions de dollars de plus de fruits et légumes canadiens qui auraient autrement été importés.

Communauté

- D'ici les 10 prochaines années, la Fondation pour les enfants le Choix du Président versera 150 millions de dollars pour lutter contre la faim chez les enfants.

NOUVEAU • Lancer une nouvelle approche pour mobiliser les clients et protéger leur vie privée

NOUVEAU • En 2019, nous dévoilerons un plan pour aider à gérer l'enjeu qu'est l'abus d'opioïdes au Canada.

NOUVEAU • Au cours des trois prochaines années, remettre 3 millions de dollars au Programme de subventions pour les projets d'innovations alimentaires de Weston.



Nous concentrons nos efforts et fixons nos objectifs autour d'enjeux qui sont importants pour nos clients et nos collègues, et sur lesquels nous pouvons avoir une incidence significative.



Gouvernance

Nos objectifs, cibles et progrès en matière de RSE sont gérés à différents niveaux au sein de l'entreprise.

Conseil d'administration et gestion des risques de l'entreprise

Le conseil d'administration de Loblaw est responsable entre autres de s'assurer de l'engagement de l'entreprise à l'égard de l'intégrité et de la gestion des enjeux et d'occasions se présentant sur le plan commercial, social et environnemental, tous des thèmes abordés dans le présent rapport. Le comité de gestion des risques et de la conformité du conseil d'administration supervise notre programme de Gestion des risques de l'entreprise (GRE), et identifie les risques internes et externes inhérents à nos secteurs d'activités de même que les objectifs stratégiques de manière à s'assurer que des mesures appropriées d'atténuation des risques sont en place.

Comité de la RSE

Composé de membres de la haute direction de Loblaw, notre comité de la RSE est responsable de l'établissement des priorités et des indicateurs de mesure, ainsi que de la promotion de la RSE à l'échelle de l'entreprise. Le comité se réunit régulièrement tout au long de l'année afin de passer en revue les enjeux et les prioriser en fonction de leur urgence, de leur importance pour nos clients, de leur pertinence pour notre entreprise et de la possibilité pour Loblaw de jouer un rôle de leader.

Conformité

La conformité demeure une priorité pour Loblaw. Nous nous engageons à respecter les obligations prescrites par les diverses lois et réglementations qui s'appliquent à notre entreprise, ainsi que les normes de conduite établies par notre conseil d'administration. En 2018, nous avons accru de façon significative l'importance accordée à la conformité en nous assurant que nos collègues connaissent les règles et les risques associés à leur travail et les mesures à prendre au besoin. Ces efforts ont permis à Loblaw de recevoir la confirmation de la part d'un tiers à l'effet que notre programme de conformité aux lois de la concurrence répond aux normes ISO, un point de référence que nous voulons maintenir à l'avenir.

Code de conduite des collègues et des fournisseurs

Nous nous attendons à ce que nos collègues fassent preuve d'intégrité, de professionnalisme et de responsabilité en tout temps pour satisfaire et dépasser les attentes de nos clients, de nos fournisseurs et de nos partenaires. Notre Code de conduite des collègues, qui s'appuie sur nos valeurs ÊTRE (Engagement, Tenir à cœur, Respect et Excellence), établit le comportement attendu de la part de chacun de nous.

Nous nous attendons à ce que nos fournisseurs respectent ces mêmes valeurs et principes dans le cadre de leurs relations avec notre organisation comme indiqué dans notre [Code de conduite des fournisseurs](#).



Lire et comprendre ce rapport

- Sauf indication contraire, tous les faits présentés sont tirés des résultats de 2018.
- 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 2017.
- Les Compagnies Loblaw Limitée et ses filiales sont propriétaires d'un certain nombre de marques de commerce. Ces marques de commerce sont la propriété exclusive de Les Compagnies Loblaw Limitée, ou de l'une de ses filiales et, lorsqu'elles sont mentionnées dans le présent rapport, elles figurent en italique.
- Lorsque des marques de commerce de tiers sont utilisées dans le présent rapport, elles sont détenues par leur propriétaire respectif.
- Lorsqu'il y avait lieu, nous avons signalé l'inclusion de l'information relative aux franchisés et autres tiers se rapportant aux pharmaciens propriétaires de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix.