

# **Loblaw<sup>MD</sup>**

---

LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

## **NOTICE ANNUELLE**

**2004**

**22 mars 2005**

# LES COMPAGNIES LOBLAW LIMITÉE

## NOTICE ANNUELLE 2004

### TABLE DES MATIÈRES

<b>STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ .....</b>	<b>1</b>
Constitution.....	1
Relations intersociétés .....	1
<b>ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS .....</b>	<b>2</b>
Articles et tendances .....	2
<b>DESCRIPTION NARRATIVE DES ACTIVITÉS.....</b>	<b>3</b>
Activités de la société .....	3
Divisions géographiques et enseignes .....	4
Situation concurrentielle .....	5
<i>La clientèle</i> .....	6
<i>Articles et services</i> .....	6
<i>Propriété intellectuelle</i> .....	7
<i>Chaîne d'approvisionnement</i> .....	7
<i>Saisonnalité</i> .....	7
<i>Activités à l'étranger</i> .....	7
<i>Salariés</i> .....	8
<i>Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité</i> .....	8
<i>Sécurité des aliments et étiquetage</i> .....	8
<i>Protection de la vie privée et comportement éthique</i> .....	9
Risques et gestion des risques.....	9
<b>COMPOSITION DU CAPITAL-ACTIONS ET MARCHÉ POUR LES TITRES.....</b>	<b>9</b>
Capital-actions, actions ordinaires .....	9
Volume et cours des actions ordinaires .....	9
Effets commerciaux et dette à long terme.....	10
Notation financière (normes canadiennes) .....	10
Dominion Bond Rating Service .....	11
Standard & Poor's .....	11
<b>DIVIDENDES SUR LES ACTIONS ORDINAIRES .....</b>	<b>11</b>
<b>ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION.....</b>	<b>12</b>
<b>AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT COMPTABLE DES REGISTRES .....</b>	<b>15</b>
<b>RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION .....</b>	<b>16</b>
<b>RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES .....</b>	<b>16</b>
<b>ANNEXE A - CHARTE DU COMITÉ DE VÉRIFICATION</b>	

Sauf indication contraire, les renseignements figurant dans la présente notice annuelle sont à jour au 8 mars 2005. Tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.

## **STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ**

### Constitution

Les Compagnies Loblaw limitée a été constituée en société le 18 janvier 1956, bien que certaines parties de cette entreprise aient été fondées avant 1900. Elle a été prorogée en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* au moyen d'un certificat de prorogation daté du 7 mai 1980. Le principal bureau administratif et enregistré de la société est situé au 22 St. Clair Avenue East, Toronto (Ontario) Canada M4T 2S7.

### Relations intersociétés

Les Compagnies Loblaw limitée est une société de portefeuille qui exerce ses activités par l'entremise de ses filiales. On trouvera ci-dessous une liste des filiales de la société qui exercent les principales activités de la société. Dans chaque cas, la société possède directement ou indirectement 100% des titres avec et sans droit de vote. Dans la présente notice annuelle, Les Compagnies Loblaw limitée et ses filiales sont collectivement appelées « la société ».

<b>Filiale</b>	<b>Territoire de constitution</b>
Atlantic Wholesalers Ltd.	Nouveau-Brunswick
Fortinos Supermarket Ltd.	Ontario
Glenhuron Bank Limited	Barbade
Kelly, Douglas & Company	Colombie-Britannique
La Banque le Choix du Président	Canada
Loblaw Brands Limited	Canada
Loblaw Financial Holdings Inc.	Ontario
Les Propriétés Loblaw limitée	Ontario
Loblaw Properties West Inc.	Canada
Loblaws Inc.	Ontario
Loblaws Supermarkets Limited	Ontario
National Grocers Co. Ltd.	Ontario
Propriétés Provigo limitée	Canada
Provigo Distribution Inc.	Québec
Provigo Inc.	Québec
Westfair Foods Ltd.	Canada
Westfair Supermarkets Holding Inc.	Canada
Zehrmart Inc.	Ontario

## ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS

Au cours de la période des trois exercices terminée le 1<sup>er</sup> janvier 2005, la société a continué à accroître son actif et à réinvestir dans ses actifs existants afin de positionner la société en vue d'une croissance durable. Pendant cette période, les dépenses en immobilisations cumulatives, financées par les flux de trésorerie liés à l'exploitation et au financement, ont totalisé 3,61 milliards de dollars répartis comme suit : 1,26 milliard de dollars pour l'exercice 2004, 1,27 milliard de dollars pour l'exercice 2003 et 1,08 milliard de dollars pour l'exercice 2002.

Au cours de la période des trois derniers exercices, le chiffre d'affaires total s'est accru à un taux annuel moyen cumulatif d'environ 6,9 %. La superficie en pieds carrés des magasins détenus par la société et des magasins franchisés s'est accrue à un taux annuel moyen cumulatif d'environ 7,3 % et 4,2 % respectivement. Le nombre de magasins détenus par la société par rapport à la même période de trois exercices a augmenté, passant de 617 à 658, ce qui indique une tendance à l'agrandissement de la superficie des magasins et à l'augmentation de l'assortiment d'articles et services offerts. Le nombre de magasins franchisés est passé de 401 à 400 pendant cette même période de trois ans.

En 2004, la société a institué de nombreuses réorganisations affectant ses groupes de marchandisage, d'approvisionnement et d'exploitation lesquels visent à rendre la société plus efficace et performante. En 2003, la société a annoncé le regroupement de ses bureaux administratifs avec ceux des activités opérationnelles dans une installation neuve située à Brampton (Ontario) dont l'ouverture est prévue pour le troisième trimestre de 2005.

### Articles et tendances

La société poursuit une stratégie visant à accroître la rentabilité sur une base de marché par marché, en adoptant une approche multiformat. Cette approche multiformat permet à la société de servir une plus grande variété de consommateurs, d'être concurrentielle dans ses prix et d'optimiser le positionnement d'articles selon les marchés qui leur conviennent. Les articles alimentaires traditionnels demeurent la raison d'être des activités de la société et représentent la principale façon d'attirer les consommateurs dans ses magasins. Les articles alimentaires sont soutenus par un programme de marques contrôlées qui aide à maintenir des prix concurrentiels et à fidéliser la clientèle. Les articles alimentaires de la société sont jumelés à une sélection d'articles de marchandise générale qui permettent aux consommateurs de tout trouver sous un même toit. L'éventail de l'offre de marchandises générales incluent pharmacies, photos/appareils électroniques, vêtements, produits de soins de beauté et de santé, articles ménagers, accessoires pour la maison, marchés floraux, et centres de jardin. La société opère également des postes d'essence adjacents à certains de ses magasins. Dans le but de mieux répondre aux besoins courants de sa clientèle, la société construit des magasins de plus grande surface et modifie les magasins existants, quand c'est approprié, pour les adapter au marché local, ce qui lui permet d'offrir une plus grande variété d'articles et services.

L'effort soutenu et sans relâche des consommateurs pour une diète « santé » a porté la société à donner une orientation « santé » aux articles de ses marques contrôlées. La société a été un chef de file en offrant un univers bio certifié fort d'environ 200 articles sous la marque *le Choix du Président Biologique*. En 2004, la société a lancé l'univers *Mini Chefs PC* à l'accent choix « santé » pour les enfants. Au début de 2005, la société a introduit l'univers *Menu Bleu PC* pour consommateurs soucieux d'un choix « santé » et nutritionnel.

Au cours de 2003, la société a introduit sur le marché ontarien le format *The Real Canadian Superstore*. La société opère ce format de magasin depuis plusieurs années dans l'Ouest canadien. L'introduction de ce programme de magasins à grande surface devrait se poursuivre en 2005 et durant les années

subséquentes afin que la société puisse continuer d'offrir à sa clientèle une expérience unique de magasinage, qui inclut une sélection élargie d'articles et de services à des prix concurrentiels. Dans le cadre d'une stratégie à long terme sur la main-d'oeuvre ayant pour but d'instaurer un cadre concurrentiel pour le concept *RCSS* en Ontario, une entente a été conclue avec certains syndicats de travail à la suite de laquelle un certain nombre de salariés ont accepté une retraite anticipée.

La force du programme des marques contrôlées de la société lui a également permis d'étendre sa marque *le Choix du Président* à des services financiers. Depuis son introduction en 1998, le nombre de clients qui utilisent les *Services financiers le Choix du Président* s'est accru et la gamme de services présentement à la disposition de la clientèle inclut des comptes chèques et d'épargne, des hypothèques, des REER, des prêts et des marges de crédit. Ces services sont fournis par Amicus Bank, membre du groupe de sociétés de la CIBC. La Banque le Choix du Président, filiale de la société, a lancé la carte MasterCard® des *Services financiers le Choix du Président* en mars 2001 dans tout le Canada, à l'exception du Québec où elle a été lancée en février 2004. En 2004, la Banque le Choix du Président a titrisé un montant additionnel de 227 millions de dollars des sommes à recevoir de sa carte de crédit.

Dans le cadre des services offerts par *Services financiers le Choix du Président* et de la carte MasterCard® des *Services financiers le Choix du Président*, la société exploite un programme de fidélisation sous le nom de points *PC*. Les clients utilisant ces services peuvent gagner des points *PC* échangeables contre des articles auprès des magasins détenus par la société et les magasins franchisés et, dernièrement, contre une grande variété de primes, incluant des voyages, des certificats-cadeaux et des accessoires de maison auprès du site web de points *PC*.

En octobre 2003, la société a introduit dans des marchés bien spécifiques en Ontario, *PC Financial* assurance habitation et automobile offerte par l'intermédiaire de sa filiale *PC Financial Insurance Agency Inc.* Ces services sont fournis et souscrits par Aviva Canada Inc., société mère de l'un des plus grands et des plus réputés groupes de fournisseurs d'assurances sur les biens et les risques divers au Canada. L'implantation du service *PC Financial Insurance* à l'échelle de l'Ontario se poursuivra et le lancement du service dans les autres provinces est prévue tout au long de 2005. La société a l'intention de saisir des occasions lui permettant d'élargir la portée de la marque *PC* à d'autres services financiers.

Tout en appuyant ses activités de vente au détail de vente en gros, la société se concentre aussi sur l'optimisation de son réseau d'entrepôts et de distribution, sur l'introduction d'une plate-forme nationale pour ses fonctions d'approvisionnement et d'information technologique et sur la consolidation des fonctions administratives et de soutien. Eu égard à l'importance d'une stratégie efficace de distribution d'articles de marchandise générale, la société a conclu une entente avec un fournisseur externe de services logistiques afin de construire et opérer une installation de pointe à Pickering (Ontario). Grâce à l'adoption de meilleures pratiques dans ces fonctions à l'échelle de la société, celle-ci réalisera des économies de coûts qui lui permettront d'améliorer davantage le rapport qualité-prix offert à sa clientèle dans tous ses formats de magasin et de renforcer sa position concurrentielle.

Des renseignements complémentaires sur les tendances affectant la société et les stratégies de la société, figurent dans le rapport annuel 2004 de la société dans la section intitulée analyse par la direction. Ces renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi et mis à disposition au [www.sedar.com](http://www.sedar.com) ou au [www.loblaw.com](http://www.loblaw.com).

## **DESCRIPTION NARRATIVE DES ACTIVITÉS**

### Activités de la société

Loblaw, une filiale de George Weston limitée est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et un chef de file dans la distribution de services ainsi que d'articles de marchandise générale. La

société s'efforce de procurer aux consommateurs canadiens ce qu'il y a de mieux sous un seul toit, pour répondre à leurs besoins d'articles alimentaires et d'usage courant. Depuis plus de 45 ans, la société approvisionne le marché canadien en articles et services novateurs par l'entremise de magasins détenus par la société et de magasins franchisés et associés. Les magasins détenus par la société comprennent les enseignes suivantes : *Atlantic Superstore*, *Dominion* (pour Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Loblaws*, *Maxi*, *Provigo*, *The Real Canadian Superstore* («RCSS») et *Zehrs Markets*, de même qu'un certain nombre de points de vente en gros opérant sous les enseignes *Cash & Carry*, *Presto* et *The Real Canadian Wholesale Club*. Les magasins franchisés et associés opèrent sous les dénominations sociales suivantes : *Atlantic SaveEasy*, *Fortinos*, *Lucky Dollar Foods*, *no frills*, *SuperValu*, *Valu-mart* et *Votre Épiciers Indépendant*. Le réseau de magasins est soutenu par 32 installations d'entreposage localisés à travers le Canada.

De plus, la société offre aux consommateurs des services financiers *le Choix du Président* notamment la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président* de même qu'un programme d'assurances habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président* et un programme de fidélisation.

### Divisions géographiques et enseignes

Pour l'exercice qui vient de se terminer, les activités d'exploitation de la société à l'échelle du Canada sont réparties comme suit :

	<b>Magasins détenus par la société</b>	<b>Magasins franchisés</b>	<b>Magasins associés</b>	<b>Comptes indépendants</b>	<b>Entrepôts</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	17	7	9	549	2
Ile-du-Prince-Édouard	5	3	1	150	0
Nouvelle-Écosse	36	23	2	520	2
Nouveau-Brunswick	22	24	6	339	2
Québec	248	26	373	1 590	7
Ontario	169	249	18	87	9
Manitoba	22	4	45	65	1
Saskatchewan	33	14	30	1 739	2
Alberta	62	4	15	1 621	5
Territoires du Nord-Ouest	3	0	1	1	0
Yukon	1	2	0	0	0
Colombie-Britannique	40	44	19	8	2
<b>Total</b>	<b>658</b>	<b>400</b>	<b>519</b>	<b>6 669</b>	<b>32</b>

À la fin de l'exercice 2004, la taille moyenne des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était de 53 600 pieds carrés et de 26 000 pieds carrés respectivement. La taille moyenne des magasins détenus par la société et celle des magasins franchisés a augmenté de 15,5 % et de 13,5 % respectivement au cours des trois derniers exercices.

Lorsqu'elle le juge pratique, la société a pour stratégie d'acheter des emplacements pour de futurs magasins. À la fin de l'exercice 2004, la société possédait 70 % des biens immobiliers dans lesquels les magasins détenus par la société sont situés, ainsi que divers biens en voie d'aménagement ou destinés à l'aménagement. Les biens immobiliers qui lui appartiennent sont essentiellement libres de toutes charges avec des prêts hypothécaires de 41 millions de dollars sur un actif immobilisé total incluant les propriétés immobilières, d'une valeur comptable nette d'environ 7,1 milliards de dollars à la fin de l'exercice 2004. La superficie totale des magasins détenus par la société représente approximativement 35,3 millions de pieds carrés.

Pour l'exercice qui vient de se terminer, la société a exercé ses activités directement par l'entremise de magasins détenus par la société et indirectement par l'entremise de magasins franchisés et de magasins associés sous les enseignes suivantes:

<b>Magasins détenus par la société par enseigne</b>	<b>Nombre de magasins</b>	<b>Magasins franchisés et associés par enseigne</b>	<b>Nombre de magasins</b>
Atlantic Superstore	51	Atlantic SaveEasy	53
Magasins « payer et emporter » (Ontario, Atlantique, Québec sous le nom de Presto)	59	Extra Foods	24
Dominion <sup>(1)</sup> (Terre-Neuve-et- Labrador)	15	Fortinos	21
Extra Foods	73	Lucky Dollar Foods	75
Loblaws	98	no frills	124
Maxi (y compris Maxi & Cie)	103	Provigo	30
Provigo	85	Shop Easy Foods	55
The Real Canadian Superstore	77	SuperValu	27
The Real Canadian Wholesale Club	36	Valu-mart	70
Zehrs Markets	55	Votre Épicier Indépendant	49
Autres magasins détenus par la société	6	Autres magasins franchisés et associés	391
Total	658	Total	919

<sup>1</sup> Marque de commerce utilisée sous licence

### Situation concurrentielle

L'industrie du commerce de détail au Canada est un marché changeant et concurrentiel. Les besoins des consommateurs dictent l'évolution de l'industrie qui n'échappe pas aux changements démographiques ni aux tendances économiques, comme l'évolution du revenu disponible, l'accroissement de la diversité ethnique, la sensibilisation à une saine alimentation et le temps disponible. Ces dernières années, les consommateurs ont exigé un plus grand choix, un meilleur rapport qualité/prix et une plus grande commodité.

La société est aux prises avec des concurrents non traditionnels de même qu'avec des sociétés de commerce de détail d'envergure régionale et locale. Les récents changements dans l'industrie se traduisent par l'arrivée plus marquée sur le marché de concurrents non traditionnels comme les entreprises de marchandisage de masse, clubs-entrepôts, magasins offrant un assortiment restreint d'articles, magasins à rabais, dépanneurs, pharmacies et magasins spécialisés qui continuent d'accroître leurs assortiments d'articles pour y inclure ceux qui sont typiquement associés aux supermarchés traditionnels. Ces dernières années, il y a une augmentation de points de vente au détail qui traditionnellement offraient soit des articles de marchandises générales exclusivement, soit des articles alimentaires et qui offrent maintenant une sélection de ces deux catégories déclenchant ce que l'industrie appelle le « brouillage des canaux traditionnels ». Cette évolution de l'environnement du commerce de détail présente une problématique pour les épiciers traditionnels : le besoin de repositionner les supermarchés conventionnels soit en élargissant l'assortiment d'articles proposés soit, réciproquement, en le ciblant mieux; la réalité des prix plus bas offerts par les enseignes à rabais et le besoin pressant de réduire les coûts d'exploitation et de main-d'œuvre afin de maintenir le bénéfice dans le contexte de prix plus bas et de concurrence accrue.

La société estime être en position solide face à la concurrence au Canada. Elle accorde la priorité à l'établissement de nouveaux magasins, à l'élargissement des rayons et services et à la rénovation des magasins existants tout en contrôlant les coûts d'exploitation au moyen de la rationalisation et de la centralisation de fonctions similaires. Toutes ces mesures permettent à la société d'afficher de bons rendements sur un marché de plus en plus concurrentiel qui évolue constamment avec l'arrivée des

magasins-entrepôts, le nombre croissant de magasins d'alimentation à rabais et la commercialisation d'un plus grand nombre d'articles alimentaires par des entreprises de marchandisage de masse, pharmacies et autres détaillants spécialisés. Le programme de marques contrôlées de la société lui confère un autre avantage concurrentiel appréciable, qui favorise la fidélisation de la clientèle et assure une certaine souplesse dans l'établissement des prix par rapport aux marques nationales.

### La clientèle

Les activités de la société ne dépendent ni d'un seul client ni d'un nombre restreint de clients.

### Articles et services

La société a développé une gamme très réussie d'articles et services de marques contrôlées qui sont vendus ou mis en marché dans les magasins détenus par la société, les magasins franchisés et associés et offerts, en quantités limitées, à certains clients indépendants. L'équipe responsable de l'élaboration de ces articles au sein de la société travaille étroitement avec les fournisseurs pour la conception d'articles de marques contrôlées. La gamme d'articles *le Choix du Président* est commercialisée dans certaines chaînes de supermarchés des pays suivants : la Barbade, les Bermudes, les îles Caïmans, la Chine (Hong Kong), la Colombie, le Chili, Israël, la Jamaïque, la Trinité, Russie et les États-Unis.

La société commercialise actuellement plus de 6 000 articles de marques contrôlées sous les marques incluant : *le Choix du Président*, *PC*, *sans nom*, *Format Club*, *EXACT*, *le Choix du Président Biologique*, *PC Mini Chefs*, *PC Menu Bleu*, *Choix de nounours* et *La vie chez soi*.

Plus récemment, les marques *PC* et *La vie chez soi* ont été appliquées à une sélection d'articles d'usage courant dans le cadre de l'accroissement des rayons de marchandises générales. En 2004, environ 1 100 nouveaux articles de marchandises générales de marques contrôlées provenant de tous les coins du monde et destinés à toutes les pièces de la maison – literie, bain, cuisine, décoration intérieure et extérieure - ont été introduits sur le marché.

Le programme de marque contrôlée *le Choix du Président* a été élargi par la société pour inclure également les *Services financiers le Choix du Président* dont le fournisseur est Amicus Bank, membre du groupe des sociétés de la CIBC. Les services proposés dans le cadre des *Services financiers le Choix du Président* sont offerts à des tarifs intéressants et leur utilisation permet aux clients de gagner des points *PC* échangeables contre des articles et d'autres primes. En mars 2001, la Banque le Choix du Président a lancé avec succès la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président* à l'échelle du Canada, à l'exception du Québec où elle a été lancée en février 2004. Des prestataires indépendants de services se chargent des services de traitement des transactions par cartes de crédit ainsi que des centres d'appels et de la surveillance de crédit et des fraudes pour la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président*.

En octobre 2003, la société a introduit dans des marchés ontariens bien spécifiques des services d'assurance habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président* par l'intermédiaire de sa filiale *PC Financial Insurance Agency Inc.*, avec une augmentation prévue des points de service dans d'autres provinces tout au long de 2005. Avec les services d'assurances *Services financiers le Choix du Président*, la clientèle bénéficie de tarifs peu élevés et de quelques caractéristiques uniques telles que la suppression de la franchise et un meilleur service de réclamation 24/7.

La société a établi une relation d'affaires avec Aviva Canada Inc. dans le but d'offrir et de souscrire les assurances habitation et automobile de *Services financiers le Choix du Président*. Aviva Canada Inc. est la société mère de l'un des plus grands et des plus réputés groupes de fournisseurs d'assurances sur les biens et les risques divers au Canada. Aviva plc, société mère de Aviva Canada Inc., est le septième

groupe d'assurances en importance au monde et ses activités principales englobent l'épargne à long terme, la gestion de fonds et l'assurance générale.

### Propriété intellectuelle

La société a instauré des procédures afin d'enregistrer ses droits de propriété intellectuelle ou de les protéger autrement, y compris les marques de commerce utilisées dans les noms commerciaux des magasins ou des bannières de même que ceux associés à ses programmes de marques contrôlées. Les noms commerciaux des magasins ou des enseignes sont associés à des concepts de détail précis et revêtent de l'importance tant pour les activités des magasins détenus par la société que celles des magasins franchisés. Les magasins franchisés utilisent les noms des enseignes associés à leur programme de franchisés conformément aux accords d'octroi de licence. Les marques de commerce de la société utilisées dans le cadre de son programme de marques contrôlées sont présentées à la rubrique « Articles et services ». La propriété intellectuelle de la société comprend également les noms de domaines, les conceptions d'emballage de même que les formulations et les spécifications des produits. Les droits de propriété intellectuelle liés aux affaires de la société constituent des actifs importants et sont défendus avec vigueur. Les marques de commerce de la société figurant dans la présente notice annuelle sont présentées en *italique*.

### Chaîne d'approvisionnement

La chaîne d'approvisionnement et groupe de distribution de la société est responsable du flux de la marchandise et de l'information entre ses vendeurs et fournisseurs et les centres de distribution et les entrepôts de la société et, finalement, de ses magasins. Dans certains cas, des marchandises sont déplacées directement vers les magasins de la société à partir des vendeurs alors qu'ils livrent directement aux magasins au lieu des entrepôts, assurant ainsi un usage optimal de la chaîne d'approvisionnement et du réseau de distribution. Afin d'atteindre ces objectifs, la société évalue continuellement ses méthodes de distribution incluant ses relations avec les vendeurs et fournisseurs, la technologie, les modes de transport et les installations. Tout au long de l'évaluation, la société coordonne le flux interne et externe pour assurer des quantités optimales et des livraisons sur une base opportune. Lorsque la société le juge opportun, elle instaure des changements à ses infrastructures des chaînes d'approvisionnement pour assurer un système continu de fiabilité et de coûts efficaces.

Le réseau de la chaîne d'approvisionnement et de distribution de la société compte 32 entrepôts et centres de distribution dont la société est soit propriétaire ou locataire. La société a également recours à des services logistiques externes, y compris le groupe lié au centre de distribution dédié situé à Pickering, (Ontario). La société utilise différents modes de transport incluant son propre parc de camions et le recours à un tiers pour du transport régulier, par train ou par bateau.

### Saisonnalité

Les activités de la société relatives aux articles alimentaires sont touchées à divers degrés par certaines périodes fériées au cours de l'année, notamment au chapitre du niveau des stocks, du volume des ventes et de l'assortiment des articles. Alors que la société accroît l'étendue de son assortiment d'articles de marchandises générales elle pourra augmenter le nombre d'articles saisonniers qu'elle offre et ses activités pourront, par conséquent, être davantage exposées à des fluctuations saisonnières.

### Activités à l'étranger

La Glenhuron Bank Limited, une filiale à part entière de la société, opère dans divers secteurs d'activités financières notamment la gestion de capitaux et les services afférents à la trésorerie.

## Salariés

En date du 1<sup>er</sup> janvier 2005, l'effectif de la société et de ses franchisés compte plus de 130 000 personnes à temps plein et à temps partiel.

## Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité

La société a des programmes efficaces en matière d'environnement et a établi des méthodes et procédures visant à assurer le respect de toutes les exigences législatives applicables dans ce domaine. À cette fin, la société procède à des évaluations des risques pour l'environnement et vérifications environnementales par l'entremise de ressources internes et externes; elle a également mis en place des programmes efficaces de sensibilisation des employés dans tous ses sites d'exploitation.

La société s'emploie à être responsable sur les plans social et environnemental et reconnaît que les efforts qu'elle déploie pour assurer sa croissance économique et sa rentabilité afin de faire face aux pressions exercées par la concurrence doivent tenir compte de ses responsabilités en matière de gestion environnementale et de questions d'ordre écologique. Les exigences en matière de protection de l'environnement n'ont aucune incidence importante sur la performance financière de la société, et rien n'indique qu'il pourrait en être autrement. La société a un programme de santé et de sécurité visant à promouvoir la santé et le bien-être, la sécurité au travail et le respect des lignes directrices internes et publiées par les organismes de réglementation en matière de santé et de sécurité au travail. Le comité de l'environnement et de santé et sécurité du conseil d'administration reçoit régulièrement des rapports de la direction qui passent en revue les questions actuelles et potentielles futures identifiant des préoccupations liées à des nouvelles lois ou règlements de même que les initiatives de communication pertinentes.

## Sécurité des aliments et étiquetage

La société est assujettie à d'éventuelles responsabilités découlant de ses activités commerciales, notamment des obligations et dépenses liées à des défauts d'articles, à la sécurité des aliments et à leur manipulation. Ces responsabilités peuvent découler du stockage, de la distribution et de la présentation des articles et, en ce qui concerne les articles de marques contrôlées de la société, à leur fabrication, leur emballage et leur conception.

Une grande partie du chiffre d'affaires de la société provient d'articles alimentaires et la société pourrait se trouver dans une position de vulnérabilité advenant un important problème d'intoxication d'origine alimentaire ou un nombre accru de préoccupations à l'égard de la santé publique liées à certains articles alimentaires. Un événement de cette nature pourrait avoir une incidence très négative sur la performance financière de la société. Dans pareille éventualité, des procédures sont en place pour gérer une crise de ce genre. Ces procédures sont conçues pour identifier les risques, s'assurer que les communications avec les salariés et les consommateurs sont claires et que les articles potentiellement dangereux sont immédiatement retirés des inventaires. Les risques liés à la sécurité alimentaire sont couverts par le programme d'assurances de la société. De plus, la société applique des procédures et des programmes de sécurité alimentaire qui ont trait aux normes de préparation et de manipulation sécuritaire des aliments. La société utilise les meilleures pratiques pour l'entreposage et la distribution des articles alimentaires. Elle intensifie sa campagne de sensibilisation auprès des consommateurs sur la manipulation et la consommation sécuritaires des aliments.

La société s'efforce de faire en sorte que les articles de ses marques contrôlées portent un étiquetage informatif ayant trait à la nutrition afin que les consommateurs sensibilisés à une nutrition « santé » puisse faire des choix éclairés. Récemment la présentation des articles du portefeuille d'articles alimentaires de marques contrôlées a été relookée rendant ainsi ces données plus accessibles.

### Protection de la vie privée et comportement éthique

La société s'engage à gérer ses activités de façon convenable et responsable, et ce, à tous les niveaux. La société s'est doté d'un Code de conduite des affaires qui énoncent les attentes de la société quant à la bonne conduite et à la responsabilité de tous ses salariés. La société a aussi une politique de protection de la vie privée qui stipule son engagement quant à la protection du caractère confidentiel des informations nominatives.

La société a mis sur pied une ligne anonyme sans frais qui peut être utilisée par les salariés afin de signaler des irrégularités dans la vérification, des pratiques comptables suspectes et des conduites manquant d'éthique pouvant affecter à la société.

### Risques et gestion des risques

Une analyse détaillée des risques financiers et d'exploitation de même que des stratégies de gestion des risques est incluse dans la section de *l'analyse par la direction* qui figure aux pages 21 à 47 du rapport annuel 2004 de la société, laquelle est intégrée dans les présentes par renvoi.

De plus amples renseignements sur l'entreprise de la société se trouvent dans l'analyse par la direction. Ces renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi.

## **COMPOSITION DU CAPITAL-ACTIONS ET MARCHÉ POUR LES TITRES**

### Capital-actions, actions ordinaires

Le capital-actions de Les Compagnies Loblaw limitée est entièrement composé d'actions ordinaires comportant droit de vote, soit un vote par action ordinaire. Le 1<sup>er</sup> janvier 2005, on dénombrait 274 255 914 actions ordinaires en circulation et 4 827 détenteurs inscrits d'actions ordinaires. Il y a un nombre illimité d'actions ordinaires autorisées.

### Volume et cours des actions ordinaires

Les actions ordinaires de Les Compagnies Loblaw limitée sont négociées à la Bourse de Toronto sous le symbole boursier « L ». Les cours extrêmes de clôture mensuels des marchés et le volume mensuel transigé pour les actions ordinaires de Les Compagnies Loblaw limitée pour la période de 52 semaines terminée le 1<sup>er</sup> janvier 2005 sont comme suit :

<b>Mois</b>	<b><u>Haut</u></b> <b>(en dollars par action</b> <b>ordinaire)</b>	<b><u>Bas</u></b> <b>(en dollars par action</b> <b>ordinaire)</b>	<b><u>Volume moyen</u></b> <b>quotidien par mois</b> <b>(en actions)</b>
Janvier	68,45	64,50	203 146
Février	67,20	63,08	246 392
Mars	66,60	61,70	244 787
Avril	64,20	58,20	304 355
Mai	63,75	58,31	292 691
Juin	63,60	60,09	204 049
Juillet	63,00	59,61	179 199
Août	62,20	59,34	140 591
Septembre	65,30	59,52	195 813
Octobre	66,75	62,90	190 546
Novembre	70,25	65,65	226 536
Décembre	72,36	68,15	493 030

### Effets commerciaux et dette à long terme

La société a les effets commerciaux et dette à long terme suivants en date du 1er janvier 2005:

<b>(en millions de dollars )</b>	<b><u>Au 1er janvier 2005</u></b>	<b><u>Au 3 janvier 2004</u></b>
Effets commerciaux	473 \$	603 \$
Tranche de la dette à long terme échéant à moins d'un an	216	106
Dette à long terme	<u>3 935</u>	<u>3 956</u>
	<u>4 624 \$</u>	<u>4 665 \$</u>

Les débetures et billets à moyen terme (« BMT ») de Les Compagnies Loblaw limitée ne sont ni négociés ni cotés sur une bourse reconnue. Les BMT suivants ont été émis au cours de 2004 :

<b><u>(en millions de dollars)</u></b>	<b><u>Date d'échéance</u></b>	<b><u>Valeur nominale</u></b>	<b><u>Produit net</u></b>
	20 janvier 2035	200 \$	198,5 \$

Postérieurement à la fin de l'exercice 2004, la société a émis 300 millions de dollars de BMT venant à échéance en 2036, résultant en un produit net de 298,1 millions de dollars.

### Notation financière (normes canadiennes)

La notation financière de Les Compagnies Loblaw limitée relativement à ses valeurs mobilières pour l'exercice récemment terminé est comme suit :

	<b><u>Dominion Bond Rating Service</u></b>	<b><u>Standard &amp; Poor's</u></b>
Effets commerciaux	R-1 (bas)	A-1 (moyen)
Billets à moyen terme	A (haut)	A
Autres billets et débetures	A (haut)	A

Les agences de notation ont établi la notation financière à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes à Les Compagnies Loblaw limitée. Cette notation a pour but de donner

une indication du risque que Les Compagnies Loblaw limitée ne remplira pas ses obligations en temps opportun et ne tient pas compte de certains facteurs tels que le risque lié au marché ou le risque lié aux prix puisque ces facteurs doivent être pris en considération par les investisseurs à titre de facteurs de risque au cours de leur processus d'investissement. Pareille notation ne représente pas une recommandation d'acquérir, de vendre ou de garder les titres et peut faire l'objet d'une révision ou d'un retrait en tout temps de la part des agences de notation.

Une définition des catégories de chaque notation a été obtenue des agences respectives à partir de leur site web et est présentée ci-dessous :

#### Dominion Bond Rating Service

Effets commerciaux

Note : R-1 (bas)

Qualité du crédit satisfaisante. La solidité de l'ensemble et la perspective des principaux ratios concernant les principales liquidités, la dette et la rentabilité ne sont pas aussi favorables qu'avec une catégorie plus élevée, mais ces considérations sont tout de même convenables. Tout facteur négatif qui existe pourra être surmonté et l'entité est normalement de taille suffisante pour déployer une quelconque influence dans son industrie.

Dette à long terme (Billets à moyen terme, autres billets et débetures)

Note : A (haut)

Qualité du crédit satisfaisante. La protection du capital et des intérêts est très substantielle, mais le degré de solidité est moins élevé que pour les entités notées AA. Bien que cette note soit convenable, les entités dans la catégorie « A » sont considérées comme étant plus fragiles lors de conditions économiques défavorables et ont de plus grandes tendances cycliques que les sociétés qui ont une note plus élevée.

#### Standard & Poor's

Effets commerciaux

Note : A-1 (moyen)

Une obligation à court terme notée « A-1 » est notée dans la catégorie investissement de Standard & Poor's. La note démontre une forte aptitude au service normal de la dette.

Dette à long terme (Billets à moyen terme, autres billets et débetures)

Note : A

Une obligation notée « A » démontre une forte capacité au paiement des intérêts et du capital, mais une certaine sensibilité aux effets défavorables des changements de circonstances ou de conditions économiques.

### **DIVIDENDES SUR LES ACTIONS ORDINAIRES**

La déclaration et le versement de dividendes sont laissés à la discrétion du conseil. La politique en matière de dividendes de Les Compagnies Loblaw limitée consiste à maintenir des versements de dividendes stables, équivalant à environ 20 % à 25 % du bénéfice net de base normalisé par action ordinaire de l'exercice précédent, compte tenu de la situation de trésorerie à la fin de l'exercice, des besoins en flux de trésorerie futurs et des occasions de placement. Actuellement, il n'existe aucune restriction qui pourrait empêcher Les Compagnies Loblaw limitée de verser des dividendes. Les montants des dividendes en espèces déclarés par action pour chacun des trois derniers exercices terminés se chiffrent comme suit:

	<u>2004</u>	<u>2003</u>	<u>2002</u>
Dividende déclaré par action ordinaire	0,76 \$	0,60 \$	0,48 \$

Postérieurement à la fin de l'exercice 2004, le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 21 cents par action ordinaire, payable le 1<sup>er</sup> avril 2005.

## ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

### Administrateurs

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
W. Galen Weston, O.C. <sup>1*</sup> (Ontario) Canada	Président du conseil de Les Compagnies Loblaw limitée; Président du conseil et président de George Weston limitée	1972
John M. Cassaday <sup>2,5*</sup> (Ontario) Canada	Président et chef de la direction de Corus Entertainment Inc.	1999
Camilla H. Dalglish <sup>5</sup> (Ontario) Canada	Administratrice de sociétés	1991
Robert J. Dart <sup>4</sup> (Ontario) Canada	Vice-président du conseil de Wittington Investments, Limited	1994
Anthony S. Fell, O.C. <sup>3*,4</sup> (Ontario) Canada	Président du conseil de RBC Marché des Capitaux Inc.	2001
Anne L. Fraser <sup>5</sup> (Alberta) Canada	Administratrice de sociétés	2000
Anthony R. Graham <sup>1,3,4</sup> (Ontario) Canada	Président de Wittington Investments, Limited	1999
John A. Lederer <sup>1</sup> (Ontario) Canada	Président de Les Compagnies Loblaw limitée	2002
Pierre Michaud, C.M. <sup>5</sup> (Québec) Canada	Président du conseil de Provigo Inc.	1999
Thomas C. O'Neill <sup>2</sup> (Ontario), Canada	Administrateur de sociétés	2003
G. Joseph Reddington <sup>3</sup> (Arizona) É.-U.	Administrateur de sociétés	1994

T. Iain Ronald<sup>2\*,4\*</sup> Administrateur de sociétés 1992  
(Ontario) Canada

Joseph H. Wright<sup>2,3,4</sup> Directeur associé de Barnagain Capital 1996  
(Ontario) Canada

1. Comité exécutif
  2. Comité de vérification
  3. Comité de la gouvernance, de la formation du personnel, des mises en candidature et de la rémunération
  4. Comité de retraite et des avantages sociaux
  5. Comité de l'environnement et de la santé et sécurité
- \* Président de comité

Tous les administrateurs demeurent en fonction jusqu'à la prochaine assemblée annuelle de la société ou jusqu'à ce que leurs successeurs soient dûment élus ou nommés.

### **Membres de la direction**

#### Nom, province et pays de résidence

#### Occupation principale

W. Galen Weston, O.C.  
(Ontario) Canada

Président du conseil de Les Compagnies Loblaw limitée;  
Président du conseil et président de George Weston limitée

John A. Lederer  
(Ontario) Canada

Président

David K. Bragg  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif

Carmen Fortino  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif

David R. Jeffs  
(Alberta) Canada

Vice-président exécutif

Violet A. Konkle  
(Nouvelle-Écosse) Canada

Vice-président exécutif

Richard P. Mavrinac  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif

Paul D. Ormsby  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif

Pietro Satriano  
(Ontario) Canada

Vice-président exécutif

Stephen A. Smith (Ontario) Canada	Vice-président exécutif
Robert A. Balcom (Ontario) Canada	Vice-président principal, secrétaire et chef du service juridique
Roy R. Conliffe (Ontario) Canada	Vice-président principal, relations de travail
Louise M. Lacchin (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, finances
Franca Smith (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, contrôle financier
John Tavolieri (Ontario) Canada	Vice-président principal, approvisionnement
Galen G. Weston (Ontario) Canada	Vice-président principal, planification
Geoffrey H. Wilson (Ontario) Canada	Vice-président principal, relations avec les investisseurs et relations publiques
Manny DiFilippo (Ontario) Canada	Vice-président, gestion des risques et initiatives stratégiques
J. Bradley Holland (Ontario) Canada	Vice-président, fiscalité
Lawrence C. Griffin (Ontario) Canada	Vice-président, sécurité des aliments
Michael N. Kimber (Ontario) Canada	Vice-président, conseiller juridique
Kirk W. Mondesire (Ontario) Canada	Vice-président, systèmes intégrés
Lucy J. Paglione (Ontario) Canada	Vice-présidente, retraite et avantages sociaux
Mark A. Rodrigues (Ontario) Canada	Vice-président, contrôles internes, vérification de la conformité
George D. Seslija (Ontario) Canada	Vice-président, promotion immobilière
Lisa R. Swartzman (Ontario) Canada	Vice-présidente, trésorière

Ann Weir (Ontario) Canada	Vice-présidente, services de vérification interne
Ann Marie Yamamoto (Ontario) Canada	Vice-présidente, vérification des systèmes et technologie de l'information
Marian M. Burrows (Ontario) Canada	Secrétaire adjointe
Swavek A. Czapinski (Ontario) Canada	Trésorier adjoint
M. Darryl Hanstead (Ontario) Canada	Trésorier adjoint
Walter H. Kraus (Ontario) Canada	Directeur, affaires environnementales
Joyce C. Lee (Ontario) Canada	Contrôleure, information financière
Laurel MacKay-Lee (Ontario) Canada	Contrôleure de la société
Irene Pinheiro (Ontario) Canada	Contrôleure, analyse financière

Tous les administrateurs et membres de la direction susdits occupent depuis les cinq dernières années leur poste actuel ou d'autres postes auprès de la même société ou organisme ou auprès de sociétés ou organismes associés, à l'exception de : M. A. S. Fell, qui était vice-président du conseil d'administration de la Banque Royale du Canada de 1999 à 2000 et est présentement président du conseil, RBC Marché des Capitaux Inc.; M. T.C. O'Neill, qui était auparavant président du conseil de PricewaterhouseCoopers Consulting; M. P. Satriano, qui était vice-président principal au Loyalty Group/Air Miles avant décembre 2002 ; M. J. Tavolieri, qui a occupé plusieurs postes (vice-président, service au détail de 2000 à 2003, directeur principal en 2000 et directeur du groupe, service au détail de 1998 à 2000) auprès de A.C. Nielsen du Canada avant octobre 2003.

En date du 1<sup>er</sup> janvier 2005, W. Galen Weston et George Weston limitée détenaient en propriété directe ou indirecte par le biais de Weston Food Distribution Inc. et Weston Holdings Limited 173 344 635 actions ordinaires soit 63,21 % des actions ordinaires en circulation. D'autres administrateurs et cadres de direction en tant que groupe détenaient en propriété réelle 504 564 ou 0,2% des actions ordinaires émises et en circulation de la société ou exerçaient un contrôle ou la haute main sur ces actions.

## **AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT COMPTABLE DES REGISTRES**

L'agent des transferts et l'agent comptable des registres est la Société de fiducie Computershare du Canada et il est situé à Toronto, Canada.

## RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION

La charte du comité de vérification, telle qu'approuvée par le conseil le 5 mai 2004, est incluse à l'Annexe A. La charte du comité de vérification comprend des politiques et procédures visant spécifiquement le recours à des services autres que de vérification. Les honoraires pour services rendus par le vérificateur externe sont présentés par catégorie dans la circulaire de sollicitation de procurations par la direction datée du 8 mars 2005. Ces renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi et se trouvent au [www.sedar.com](http://www.sedar.com). Les membres du comité de vérification sont mentionnés ci-dessous. Tous les membres du comité de vérification ont des compétences financières et leurs antécédents et qualifications professionnels en rapport à leur rôle à titre de membre du comité de vérification sont comme suit :

M. Ronald est un FCA et il est président du conseil de Transalta Power Ltd. et était auparavant vice-président du conseil de la Banque Impériale de Commerce. Il détient un diplôme M.B.A. de la Harvard Business School.

M. Cassaday est président et chef de la direction et administrateur de Corus Entertainment Inc. et était auparavant président et chef de la direction du Réseau de télévision CTV. Il détient un diplôme M.B.A. de l'Université de Toronto.

M. O'Neill était auparavant chef de la direction de PwC Consulting, chef de l'exploitation de PricewaterhouseCoopers LLP, Global et chef de la direction de PricewaterhouseCoopers LLP, Canada. M. O'Neill détient un diplôme B. Comm. de l'Université Queen's. Il a reçu la mention de comptable agréé en 1970 et en 1998 a été reçu Fellow (FCA) par la Institute of Chartered Accountants of Ontario.

M. Wright est associé directeur de Barnagain Capital et était auparavant président et chef de la direction de la Société de Banque Suisse (Canada).

## RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

1. Des renseignements supplémentaires, dont la rémunération et les prêts aux administrateurs et membres de la direction, les principaux porteurs de titres de la société, les titres dont l'émission est autorisée aux fins de régimes d'incitations à base d'actions, le cas échéant, figurent dans la circulaire de la direction. D'autres renseignements financiers sont aussi fournis dans les états financiers consolidés de la société et l'analyse de la direction relatifs au dernier exercice.
2. Des informations financières supplémentaires ont été déposées auprès du Système électronique de données, d'analyse et de recherche (SEDAR) et peuvent être consultées en ligne au [www.sedar.com](http://www.sedar.com) et au bureau du surintendant des institutions financières (BSIF), organisme de réglementation principal de la Banque le Choix du Président, filiale de la société.

L'adresse Internet de la société est : [www.loblaw.com](http://www.loblaw.com).

Le texte qui précède, ainsi que tous les renseignements intégrés par renvoi, ne contient aucune fausse déclaration ni omission concernant un fait important qui doit être mentionné dans les présentes conformément aux exigences relatives à la présente notice annuelle, ou qui est nécessaire pour qu'une déclaration faite dans les présentes ne soit pas trompeuse à la lumière des circonstances dans lesquelles elle a été faite.

Fait: le 22 mars 2005

*“John A. Lederer”*

---

JOHN A. LEDERER  
Président

*“Richard P. Mavrinac”*

---

RICHARD P. MAVRINAC  
Vice-président exécutif

Au nom du conseil d'administration

*“W. Galen Weston”*

---

W. GALEN WESTON  
Administrateur

*“T. Iain Ronald”*

---

T. IAIN RONALD  
Administrateur