

#### 4. STRATÉGIES OPÉRATIONNELLES ET FINANCIÈRES

En vue de réaliser sa vision, la société utilise diverses stratégies opérationnelles et financières. Chacun des deux secteurs d'exploitation isolables de la société présente son propre profil de risque, autour duquel s'articulent des stratégies de gestion des risques d'exploitation.

Voici quelques-unes des stratégies opérationnelles à long terme de Weston Foods :

- orientation vers le client;
- développement de la marque, y compris de nouveaux produits novateurs afin de répondre aux préoccupations des consommateurs en matière de nutrition et d'alimentation;
- optimisation des installations et de la distribution, y compris des immobilisations, afin de positionner de manière stratégique les installations en Amérique du Nord pour ainsi soutenir la croissance et améliorer la qualité, la productivité et l'efficacité;
- mesures continues de réduction des coûts en vue de maintenir une structure d'exploitation à faibles coûts et de réaliser des économies d'échelle;
- réalisation d'acquisitions et de partenariats stratégiques pour augmenter le taux de pénétration du marché et accroître la présence géographique;
- approfondissement des capacités de leadership.

La mission de Loblaw est d'être le meilleur détaillant de produits alimentaires, de produits de santé et d'articles pour la maison au Canada en dépassant les attentes des consommateurs grâce à des produits novateurs offerts à prix avantageux. Loblaw emploie diverses stratégies financières et opérationnelles qu'elle regroupe sous les principes simplifier, innover et croître qui la guident à long terme et constituent la philosophie sur laquelle elle s'appuie pour mener ses activités. Loblaw est en train de simplifier son organisation en définissant de façon plus claire les responsabilités, en éliminant le chevauchement des tâches et en mettant en place des processus uniformes, simples et efficaces. Une réduction de la complexité de sa structure organisationnelle et une brève liste d'indicateurs de rendement clés devraient favoriser la concentration sur la clientèle et les opérations en magasins en 2008, et permettre à Loblaw de tirer pleinement parti, pour la première fois, de son envergure nationale.

L'innovation est l'un des nombreux points forts de Loblaw, ce qu'elle démontre très clairement par ses offres de marques contrôlées. Loblaw favorise l'innovation, car elle croit qu'il est essentiel pour sa réussite de fournir à ses clients de nouveaux produits et des services pratiques à des prix concurrentiels, dans un environnement de magasinage stimulant.

En 2006, Loblaw a élaboré son plan stratégique de croissance qui définit les priorités d'un plan de redressement sur trois à cinq ans. Pour créer une offre intégrée de produits d'alimentation, de marchandise générale et de produits pharmaceutiques, Loblaw a mis au point son plan stratégique de croissance, qui se concentre sur les points suivants :

- meilleur format : formats de magasin vraiment distinctifs qui répondent aux besoins variés des clients;
- la fraîcheur d'abord : pour proposer la meilleure offre d'aliments frais;
- l'avantage des marques contrôlées : favorable au développement de produits de marque contrôlée et de services uniques et de haute qualité;
- 10 % Joe : améliorer la marque *Joe Style Frais* en offrant du style à un prix abordable;
- la santé, le foyer et de saines habitudes de vie : un mode de vie sain et abordable pour tous les Canadiens;
- à juste prix : pour offrir un excellent rapport qualité-prix par rapport à tous les produits concurrents;
- toujours disponibles : pour assurer la meilleure disponibilité des stocks;
- des collègues sympathiques qui ont à cœur de servir : miser sur les collègues pour accroître la satisfaction de la clientèle.

Les stratégies opérationnelles à long terme de Loblaw s'inscrivent dans son plan stratégique de croissance et sont toujours les suivantes :

- utiliser les flux de trésorerie générés par l'entreprise pour investir dans son avenir;
- dans la mesure du possible, être propriétaire de ses biens immobiliers afin d'avoir toute la souplesse voulue pour les produits futurs et les occasions d'affaires;
- appliquer une approche de formats multiples de magasins afin de maximiser sa part du marché à plus long terme;
- se concentrer sur les aliments tout en répondant aux besoins quotidiens des ménages;
- fidéliser la clientèle et rendre les prix plus concurrentiels grâce à un programme supérieur de marques contrôlées;
- mettre en œuvre et exécuter sans faute les plans et programmes;
- s'efforcer constamment d'améliorer sa proposition de valeur.

Les stratégies financières de la société sont les suivantes :

- maintenir un bilan solide;
- atténuer les risques et les coûts de ses activités d'exploitation et de financement;
- maintenir un bon niveau de liquidité et d'accès aux marchés financiers.

Le succès des stratégies susmentionnées et des autres plans et stratégies mentionnés dans le rapport de gestion peuvent être touchés par divers risques et incertitudes, y compris ceux qui sont décrits dans les sections « Risques d'exploitation et gestion des risques » et « Risques financiers et gestion des risques » débutant respectivement aux pages 43 et 48 du présent rapport de gestion.

Le Conseil d'administration (le « Conseil ») et la haute direction de la société se réunissent tous les ans pour revoir les impératifs stratégiques de la société. Ces impératifs, qui couvrent généralement une période de trois à cinq ans, ciblent des éléments spécifiques pour accroître le rendement de la société, répondre aux nouveaux besoins des consommateurs et suivre l'évolution de l'environnement concurrentiel du commerce de détail.

La société estime que si elle réussit à mettre en œuvre et à mener à terme ses divers impératifs stratégiques pour soutenir ses stratégies opérationnelles et financières à long terme, elle sera bien placée pour réaliser sa vision de procurer à long terme un rendement durable à ses actionnaires.