

Weston

George Weston limitée

NOTICE ANNUELLE 2007

17 mars 2008

GEORGE WESTON LIMITÉE
NOTICE ANNUELLE 2007
TABLE DES MATIÈRES

I.	ÉNONCÉS PROSPECTIFS	4
II.	STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ.....	5
	Constitution	5
	Relations intersociétés	5
III.	ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS	7
	Aperçu du marché dans lequel la société exploite ses entreprises	7
	Weston Foods	7
	Immobilisations	8
	Activités de restructuration	8
	Loblaw	9
	Plan de redressement sur plusieurs années	9
	Chaîne d’approvisionnement	11
	Questions en matière d’emploi et de relations du travail.....	11
	Rendement financier	12
	Produits et services	13
	Programme de marques contrôlées	13
	Services financiers	14
	PC Mobile.....	15
IV.	DESCRIPTION DE SES ACTIVITÉS.....	15
	Weston Foods	15
	Principaux produits.....	15
	Installations de fabrication et de confection	15
	Distribution auprès des consommateurs	16
	Situation concurrentielle.....	16
	Marques de commerce	17
	Produits de base	17
	Propriété intellectuelle	17
	Saisonnalité.....	18
	Questions en matière de relations du travail et d’emploi.....	18
	Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité	18
	Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage	19
	Recherche et développement et nouveaux produits.....	19
	Activités à l’étranger.....	21
	Loblaw	21
	Activités de la société	21
	Situation concurrentielle.....	24
	La clientèle.....	24
	Produits et services	24
	Propriété intellectuelle	26
	Technologie de l’information	27
	Chaîne d’approvisionnement	27

Saisonnalité.....	28
Activités à l'étranger.....	28
Employés	28
Octroi de prêts.....	28
Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité	28
Responsabilité sociale.....	29
Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage	29
V. PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE ET ÉTHIQUE COMMERCIALE.....	30
VI. RISQUES FINANCIERS ET D'EXPOLITATION ET GESTION DES RISQUES	30
VII. COMPOSITION DU CAPITAL-ACTIONS ET MARCHÉ POUR LES TITRES	31
Structure du capital	31
Volume et cours des actions	33
Notation financière	34
VIII. DIVIDENDES	39
IX. ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION.....	40
Administrateurs.....	40
Membres de la direction	42
X. ACTIONS EN JUSTICE.....	43
XI. CONTRATS D'IMPORTANCE	44
XII. OPÉRATIONS ENTRE PERSONNES APPARENTÉES	44
XIII. AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT COMPTABLE DES REGISTRES	44
XIV. EXPERTS.....	44
XV. RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION	45
XVI. HONORAIRES DE VÉRIFICATION EXTERNE	45
XVII. RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES	46
ANNEXE A – CHARTE EXPOSANT LE MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION	

I. ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Cette notice annuelle applicable à George Weston limitée et à ses filiales (collectivement appelées la « société » ou « Weston ») contient des énoncés prospectifs concernant les objectifs, plans, buts, aspirations, stratégies, situation financière, résultats d'exploitation, flux de trésorerie, rendement, perspectives et occasions d'affaires de la société. Des mots ou expressions comme « anticiper », « s'attendre à », « croire », « pourrait », « estimer », « viser », « avoir l'intention de », « planifier », « chercher à », « s'efforcer » « sera » « peut » et « devrait » et d'autres expressions semblables dans la mesure où ils se rapportent à la société et à son équipe de direction visent à caractériser des énoncés prospectifs. Ces énoncés prospectifs ne représentent pas des faits historiques, mais ils traduisent les attentes actuelles de la société au sujet des résultats et des événements futurs.

Ces énoncés prospectifs sont assujettis à divers risques et incertitudes pouvant faire en sorte que les résultats ou les événements réels diffèrent sensiblement des attentes actuelles. Ces risques et incertitudes comprennent, sans toutefois s'y limiter, les variations des conditions économiques ; les changements dans les dépenses et les préférences des consommateurs ; une augmentation de la concurrence résultant de l'arrivée de nouveaux concurrents ou des concurrents actuels ; la disponibilité et le prix des ingrédients et produits de base, du pétrole et des utilités ; des modifications des stratégies d'établissement des prix de la société ou de ses concurrents ; l'incapacité des magasins franchisés de la société d'afficher la performance prévue ; les risques liés aux modalités des programmes de financement offerts aux franchisés indépendants de la société ; l'incapacité de réaliser les économies de coûts et les efficacités opérationnelles prévues dans le cadre des principales initiatives de la société, incluant les investissements dans les systèmes de technologie de l'information, les investissements dans la chaîne d'approvisionnement et les autres initiatives de réduction et de rationalisation des coûts ; l'incapacité de l'infrastructure de technologie de l'information de la société de répondre aux exigences des activités de la société ; l'incapacité de la société de gérer les stocks en vue de réduire au minimum l'incidence des stocks désuets ou excédentaires et de contrôler les pertes ; l'incapacité de mettre en œuvre avec succès et dans des délais opportuns les principales initiatives de la société, incluant l'implantation de stratégies et la mise en marché de produits novateurs ; les coûts imprévus liés aux initiatives stratégiques de la société, incluant celles qui sont liées aux charges de rémunération ; l'incapacité de la chaîne d'approvisionnement de la société de combler les besoins des magasins de la société ; la détérioration des relations de la société avec ses employés, principalement durant les périodes de changement au niveau des activités de la société ; l'incapacité d'obtenir les résultats souhaités durant les négociations collectives, incluant les modalités des conventions collectives futures ; les modifications du cadre réglementaire dans lequel la société mène ses activités ; l'adoption de nouvelles normes comptables et des modifications des estimations comptables utilisées par la société, incluant au titre des évaluations des stocks ; les mouvements des bénéfices de la société résultant des fluctuations de la valeur de la rémunération à base d'actions et des contrats à terme liés aux actions ordinaires de la société et de Les Compagnies Loblaw limitée ; des modifications des obligations fiscales de la société résultant de la modification des lois fiscales ou d'avis de cotisation futurs ; la confiance accordée à tort à des fournisseurs tiers de services ; des événements liés à la santé publique ; l'incapacité de la société d'obtenir du financement externe ; l'incapacité de la société d'attirer et de retenir des dirigeants clés ; ainsi que des problèmes d'approvisionnement et de contrôle de la qualité avec les fournisseurs. Ces risques et incertitudes de même que d'autres risques et incertitudes sont présentés dans les documents de la société déposés à l'occasion auprès des organismes canadiens de réglementation des valeurs mobilières, incluant les sections portant sur les risques d'exploitation et gestion des risques et les risques financiers et gestion des risques du rapport de gestion inclus dans le rapport annuel 2007 de la société. D'autres risques et incertitudes que la société ignore actuellement ou qu'elle juge sans importance pour le moment pourraient également faire en sorte que les résultats ou les événements réels diffèrent sensiblement de ceux qui sont précisés dans les énoncés prospectifs.

Les lecteurs sont donc avisés de ne pas se fier de façon indue à ces énoncés prospectifs, qui traduisent les attentes de la société uniquement à la date de la présente notice annuelle. La société rejette toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser les présents énoncés prospectifs que ce soit à la suite de nouveaux renseignements, d'événements futurs ou autrement, sauf dans la mesure exigée par la loi.

Sauf indication contraire, les renseignements figurant dans la présente notice annuelle sont à jour au 12 mars 2008.

Tous les renseignements sur Les Compagnies Loblaw limitée contenus dans la présente notice proviennent des documents publics de divulgation des Compagnies Loblaw. Le numéraire est exprimé en dollars canadiens

II. STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

Constitution

George Weston limitée a été constituée par lettres patentes en vertu des lois du Canada le 27 janvier 1928. Elle a été prorogée en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* le 29 avril 1980 et a fusionné avec Weston Food Processing Ltd. en vertu de statuts de fusion prenant effet le 1^{er} janvier 1989. Le siège social de Weston est situé au 22, St. Clair Avenue East, Toronto (Ontario) Canada M4T 2S7.

Relations intersociétés

George Weston limitée est une société holding et exerce ses activités par l'intermédiaire de ses filiales dans ses secteurs isolables d'exploitation Weston Foods et Loblaw. Weston Foods est exploitée principalement au Canada par Weston Foods (Canada) Inc. et ses filiales et aux États-Unis par Weston Foods, Inc. et ses filiales. Le secteur Loblaw est exploité par Les Compagnies Loblaw limitée (« Compagnies Loblaw »), une société ouverte dans laquelle Weston, directement et indirectement, détient une participation de 62 %. Les Compagnies Loblaw exploite le secteur de Loblaw partout au Canada, en propriété directe ou indirecte (Les Compagnies Loblaw et ses filiales étant collectivement appelées « Loblaw »).

Une liste des filiales de Weston qui exercent ses principales activités figure ci-dessous. Dans chaque cas, Weston possède directement ou indirectement 100 % des titres comportant droit de vote, sauf dans le cas des Compagnies Loblaw, dont 62 % des actions avec droit de vote sont détenues directement et indirectement par Weston.

Filiales de Weston Foods

Territoire de constitution

Arnold Foods Company, Inc.	Delaware
Arnold Products, Inc.	Delaware
Boulangerie Gadoua Ltée	Québec
Boulangeries Weston Québec Limitée	Ontario
Charles Freihofer Baking Company, Inc.	New York
Dicoa Holdings Limited	Gibraltar
Dicoa Investments Limited	Gibraltar
Dunedin Holdings SARL	Luxembourg
Entenmann's, Inc.	Delaware
Entenmann's Products, Inc.	Delaware
Entenmann's Sales Company, Inc.	Delaware

Freihofer Products, Inc.	Delaware
Freihofer Sales Company, Inc.	Delaware
George Weston Bakeries Distribution Inc.	Delaware
George Weston Bakeries Inc.	Delaware
Interbake Foods LLC	Delaware
Maplehurst Bakeries, Inc.	Indiana
Ready Bake Foods Inc.	Ontario
Stroehmann Bakeries, L.C.	Virginia
Weston Bakeries Limited	Canada
Weston Foods, Inc.	Delaware
Weston Foods (Canada) Inc.	Ontario
Weston Food Distribution Inc.	Canada
William Neilson Ltd.	Ontario
Filiales de Loblaw	Territoire de constitution
Atlantic Wholesalers Ltd.	Nouveau-Brunswick
Fortinos Supermarket Ltd.	Ontario
Glenhuron Bank Limited	La Barbade
Kelly, Douglas & Company, Limited	Colombie-Britannique
La Banque le Choix du Président	Canada
Les Compagnies Loblaw limitée	Canada
Les Propriétés Loblaw limitée	Ontario
Loblaw Alberta Inc.	Alberta
Loblaw Brands Limited	Canada
Loblaw Financial Holdings Inc.	Ontario
Loblaw Properties West Inc.	Canada
Loblaws Inc.	Ontario
Loblaws Supermarkets Limited	Ontario
National Grocers Co. Ltd.	Ontario
PGV Acquisition Inc.	Québec
Propriétés Provigo limitée	Canada
Provigo Distribution Inc.	Québec
Provigo Inc.	Québec
Provigo Québec Inc.	Québec
Westfair Foods Ltd.	Ontario
Zehrmart Inc.	Ontario

III. ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS

Aperçu du marché dans lequel la société exploite ses entreprises

Weston est une société canadienne ouverte constituée en 1882 qui est l'un des plus importants groupes de traitement des aliments et de distribution alimentaire en Amérique du Nord. La société possède deux secteurs d'exploitation isolables : Weston Foods et Loblaw. Le secteur d'exploitation Weston Foods se concentre principalement dans l'industrie des produits de boulangerie et des produits laitiers en Amérique du Nord. Le secteur d'exploitation Loblaw qui est exploité par Les Compagnies Loblaw et ses filiales est la plus importante entreprise de distribution alimentaire au Canada et est également l'un des principaux pourvoyeurs d'articles d'usage courant, de produits de pharmacie et parapharmacie ainsi que de prestations de services financiers.

Les industries de traitement et de commerce de produits alimentaires en Amérique du Nord évoluent dans un marché de plus en plus concurrentiel. L'évolution des industries est tributaire des changements démographiques et des tendances économiques des consommateurs, comme l'évolution du revenu disponible, la diversité ethnique, la sensibilisation à une saine alimentation et à l'environnement ainsi que le temps disponible. Ces dernières années, les consommateurs ont exigé un plus grand choix, un meilleur rapport qualité/prix et une plus grande commodité.

Weston Foods

Weston Foods cible avant tout l'industrie de la boulangerie nord-américaine (principalement les produits de boulangerie frais et congelés) et en Ontario, Canada l'industrie laitière. La conjoncture de l'industrie de la boulangerie a considérablement changé au cours des dernières années et les activités de boulangerie de la société en Amérique du Nord ont évolué dans un marché difficile marqué par des changements dans les préférences des consommateurs en matière de nutrition, dans leurs habitudes d'achat de nourriture de même que par des pressions inflationnistes continues sur les coûts, particulièrement le blé, les huiles et l'énergie. Les changements dans les préférences des consommateurs en matière de nutrition, y compris l'intérêt pour une diète santé, continuent à affecter la croissance des ventes des produits conventionnels de Weston Foods, y compris le pain blanc, la viennoiserie et les biscuits. De plus, les habitudes d'achat des consommateurs et la croissance des ventes de Weston Foods poursuivent leurs tendances vers des canaux de distribution au détail à format non traditionnel délaissant le format traditionnel de supermarché.

Au cours des années passées, l'industrie de la boulangerie a été affectée par une hausse de prix sans précédent des produits de base. Weston Foods a réagi en haussant les prix, en s'efforçant davantage de réduire les coûts et de renouveler la gamme de produits offerts. En 2007, Weston Foods a réalisé une hausse des prix pour plusieurs catégories de produits. Ces hausses ont contribué à amoindrir partiellement l'impact de l'inflation des coûts et, règle générale, les hausses de prix par Weston Foods reflètent les tendances de l'industrie de la boulangerie en matière de détermination des prix.

Ces dernières années, l'entreprise Weston Foods a mis l'accent sur :

- la pénétration de nouveaux canaux de distribution surtout des canaux de distribution au détail non traditionnels;
- la croissance des ventes dans les catégories de produits à grain entier et de produits de haute gamme à prix supérieur; et
- l'élaboration et l'introduction de nouvelles gammes élargies de produits santé et à formats pratiques, y compris les produits « sur le pouce » à portion unique, les gammes de produits rehaussés à grain entier

et blé entier ainsi que les produits contenant des Omega-3, sans cholestérol, à teneur faible en gras, sans gras trans et biologiques.

Immobilisations

Les immobilisations au cours des trois dernières années ont été ciblées sur l'amélioration de l'efficacité des actifs existants et l'augmentation de la capacité, là où existent les occasions de croissance. Au cours des trois dernières années, des acquisitions et immobilisations de petite et de moyenne taille ont eu lieu dans des domaines cibles.

Weston Foods a complété la construction d'une nouvelle boulangerie en Indiana qui a débuté ses opérations en 2006. La nouvelle installation fabrique des produits de boulangerie frais incluant muffin anglais et pains.

En 2005, Weston Foods a acheté au prix de 6,5 millions de dollars américains, une installation de boulangerie commerciale à Orlando en Floride et a subséquemment agrandi considérablement l'installation. Également en 2005, Weston Foods a amorcé la construction d'une nouvelle biscuiterie à Front Royal en Virginie qui a amorcé ses opérations en 2006.

Activités de restructuration

Restructuration des actifs de fabrication

Au cours des trois dernières années, une importante restructuration des actifs de boulangerie de la société a été mise de l'avant. Des activités de restructuration et de rationalisation ont cours dans toute l'industrie et surtout, parmi les concurrents de la société aux États-Unis. Weston Foods continue d'évaluer des initiatives stratégiques et de réduction de coûts ayant trait à ses actifs d'installations de fabrication, à ses réseaux de distribution et à l'infrastructure administrative dans le but d'avoir une structure d'exploitation à faibles coûts. Certaines de ces initiatives sont en cours ou sur le point d'achever en 2007 alors que d'autres sont toujours à l'étape de la planification.

Au cours du troisième trimestre 2007, Weston Foods a complété un plan impliquant le transfert de deux lignes de fabrication pour certaines gammes de muffins anglais de marque privée aux États-Unis à des producteurs tiers ou à d'autres installations de fabrication existantes Weston Foods. Également au cours de ce même trimestre, Weston Foods a complété le plan de se retirer de la production de certaines gammes de pains et de petits pains dans le sud-est des États-Unis. La production associée à ces gammes a été transférée à des producteurs tiers ou à d'autres installations de fabrication Weston Foods.

Au cours de 2006, Weston Foods a approuvé la fermeture de son installation de confection de cornets à crème glacée à Los Angeles, Californie et a transféré la fabrication à d'autres installations existantes de Weston Foods. Cette restructuration incluant la vente d'installation de fabrication a été complétée au cours du premier trimestre 2007. Au cours de 2006, Weston Foods a également approuvé la réduction des effectifs de l'installation de fabrication de pâtisseries fraîches située à Bay Shore, New York. Le plan implique le transfert de la gamme complète de fabrication des gâteaux desserts et biscuits à d'autres installations existantes de Weston Foods. Une fois la réduction des effectifs complétée, l'installation de Bay Shore mettra davantage l'accent sur la fabrication en premier lieu de viennoiseries et de tartes. Il est prévu que la restructuration de cette installation sera complétée au plus tard le troisième trimestre 2008. Au cours de 2006, Weston Foods a procédé à la fermeture de son installation de bagels surgelés dans le Nebraska qui s'ajoute à la fermeture de deux biscuiteries, l'une située à Elizabeth, New Jersey et l'autre à

Richmond, Virginie. Finalement, la fermeture d'une installation de produits de boulangerie frais au Québec a également été complétée en 2006.

En 2005, Weston Foods a approuvé le plan de se retirer de la production de certaines gammes de pains et de petits pains dans le nord-est des États-Unis dans le cadre d'une simplification et rationalisation des coûts des méthodes de fabrication existantes. Toute la production associée à ces gammes a été transférée avant la fin 2005 à des producteurs tiers ou à d'autres installations de fabrication Weston Foods. Également au cours de 2005, Weston Foods a complété la vente de ses opérations de pêche discontinuées avec un ajustement final en 2006 du produit de la vente.

Restructuration du réseau de distribution

Au cours de 2007, Weston Foods a approuvé des plans de restructuration de ses opérations de distribution de produits de boulangerie congelés en Ontario et restructuration de son réseau de distribution de produits laitiers. Weston Foods a également approuvé des plans visant à restructurer davantage ses opérations de distribution de produits de boulangerie au Québec dont la restructuration a débuté en 2006. Ces plans dont la réalisation en grande partie est attendue en 2008, comportent la fermeture et/ou consolidation de certains entrepôts, l'externalisation de certaines fonctions d'entreposage et de distribution à des fournisseurs de services d'entreposage tiers de même que des réaménagements de certaines routes. Au cours de 2007, Weston Foods a également approuvé un plan d'arrêter et transférer certaines activités de distribution et de transport dans le Midwest américain à des fournisseurs logistiques tiers. La réalisation de ce plan sera en principe complétée au cours du deuxième trimestre 2008.

Restructuration de l'administration et consolidation des bureaux

Au cours de 2007, Weston Foods a approuvé le plan de consolider, réimplanter et restructurer certaines fonctions administratives et de ventes aux États-Unis. Ces plans seront complétés au cours du deuxième trimestre 2008.

Une discussion plus élaborée en ce qui concerne les tendances affectant Weston Foods, de même que les stratégies de Weston Foods sont présentées dans le rapport annuel 2007 de la société à la section rapport de gestion dont les renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi et se trouvent au www.sedar.com

Loblaw

L'évolution de Loblaw au cours des trois dernières années s'est poursuivie selon une philosophie de transformation visant à rendre la société véritablement concurrentielle à long terme.

Plan de redressement sur plusieurs années

Loblaw a mis en œuvre un plan de redressement de trois à cinq ans et elle en est actuellement à la deuxième année de ce plan. L'année 2006 a été marquée par un changement radical au sein de la haute direction à la suite duquel l'équipe de direction a entrepris un examen de Loblaw mettant l'accent sur les facteurs clés sous-tendant les activités de Loblaw, comme la présentation des aliments frais, la maximisation de l'engagement des employés, le rendement relativement aux éléments fondamentaux du commerce de détail et la satisfaction des clients.

La nouvelle équipe de direction a par la suite mis en œuvre une initiative visant à refaire de Loblaw le meilleur détaillant, selon les trois principes suivants : simplifier, innover et croître. La direction a réalisé quatre projets importants découlant de ces principes, à savoir Le Projet Simplifier, revenir à la base, crédit

pour la valeur et optimiser la bannière *Real Canadian Superstore* (« RCSS »). Le Projet Simplifier exécuté en 2007 visait à rationaliser l'entreprise en définissant plus clairement les responsabilités, en supprimant le chevauchement des tâches et en établissant des processus rigoureux, simples et efficaces. La mise en marché et le réapprovisionnement de produits alimentaires à l'échelle régionale ont été centralisés en vue d'accroître le pouvoir d'achat de Loblaw et d'implanter des processus de gestion des catégories plus rigoureux et plus efficaces. Les fonctions d'exploitation des magasins ont été alignées dans toutes les régions en vue d'améliorer l'expérience des clients. Les fonctions de soutien, comme le marketing, les finances et les ressources humaines, ont été remodelées pour plus d'efficacité et d'efficience. Ces changements se sont traduits par une réduction de l'effectif de Loblaw qui comptait environ 900 employés de moins à la fin de l'exercice. Loblaw a continué de perfectionner ses outils, ses processus et ses capacités en vue de maximiser les avantages du Projet Simplifier tout en mettant l'accent sur la stabilité et l'exécution améliorée dans les magasins, les centres de distribution et les centres de services aux magasins.

Revenir à la base, est la principale stratégie de Loblaw afin qu'elle soit de nouveau reconnue comme l'un des meilleurs détaillants au monde et qu'elle redevienne un chef de file de l'industrie en matière de disponibilité de produits, doté d'une chaîne d'approvisionnement de renommée mondiale. Cette stratégie vise avant tout la disponibilité des produits en tablette, la réduction des pertes et l'amélioration de la productivité des magasins. En 2007, le programme « Toujours disponibles » dans le cadre duquel Loblaw prévoit améliorer son processus de réapprovisionnement pour s'assurer que les clients peuvent toujours trouver ce qu'ils recherchent, représentait l'une des priorités de la stratégie revenir à la base. Ce programme a permis d'établir des procédures et des échéanciers normalisés pour l'exploitation des magasins, des paramètres de mesure précis du rendement et des rencontres de résolution de problèmes deux fois par jour. Après avoir été mis à l'essai, ce programme a été étendu à 233 magasins à la fin de 2007 pour ainsi améliorer la disponibilité en tablette des produits d'épicerie, des produits laitiers, des produits surgelés, des produits de soins naturels et des produits de santé et de beauté.

Le crédit pour la valeur représente la stratégie de Loblaw en vue d'abaisser les prix de détail afin d'offrir une excellente valeur aux clients et s'assurer qu'ils reconnaissent les avantages que représentent ces prix moindres sur des produits essentiels. L'année 2007 a été marquée par des réductions ciblées des prix dans de nombreuses régions du pays. Bien que cette stratégie se soit traduite par un bénéfice moindre, Loblaw a maintenu son engagement de réduire les prix en vue d'offrir de la valeur à ses clients et d'améliorer sa compétitivité. À compter du troisième trimestre et durant tout le quatrième trimestre de 2007, Loblaw a maintenu les prix à des niveaux comparables ou inférieurs à ceux de ses principaux concurrents dans les magasins à grande surface et les magasins à escompte partout au Canada.

En août 2007, un nouveau magasin à grande surface Superstore a ouvert ses portes à Milton, en Ontario. Ce magasin a été conçu pour mettre à l'essai quelques-uns des éléments que Loblaw a jugés essentiels pour améliorer le rendement des investissements dans les grandes surfaces. Le magasin Superstore de Milton est également le premier magasin sans sacs de Loblaw, une initiative qui a depuis été étendue à d'autres magasins au pays. En 2008, des projets pilotes seront testés dans tous les formats de Loblaw pour être déployés à plus grande échelle par la suite, s'il y a lieu. Les tests se poursuivront également au niveau de la bannière *No Frills* dans l'Ouest du Canada et des projets pilotes seront mis en place dans les magasins de type conventionnel de l'Ontario.

En 2008, Loblaw poursuivra ces initiatives fondamentales. Elle s'appuiera sur les changements organisationnels transformationnels amorcés en 2007 pour améliorer le rendement des magasins dans des domaines comme la productivité de la main-d'œuvre et la réduction des pertes et elle continuera d'investir dans les prix et d'améliorer ses assortiments de produits alimentaires et de marchandise générale ainsi que la perception au niveau des prix tout en s'assurant que les fonctions de soutien appuient

adéquatement les activités dans les secteurs les plus essentiels. Elle amorcera également l'exécution de ses plans en vue d'améliorer sa chaîne d'approvisionnement et son infrastructure de technologie de l'information de la manière décrite ci-après.

Bien que les changements décrits ci-dessus devraient s'avérer profitables à Loblaw en lui permettant d'être plus souple et plus orientée vers les clients, le succès dépend de la capacité de la direction de mettre ces changements en œuvre et de concrétiser les avantages escomptés. Une gestion inefficace du changement pourrait entraîner le mauvais fonctionnement de l'entreprise ou encore nuire à sa capacité de mettre en œuvre et d'atteindre ses objectifs stratégiques, compte tenu d'une absence de responsabilités claires, ou même amener les employés à agir d'une manière non conforme aux objectifs de Loblaw. Tous ces facteurs pourraient avoir une incidence négative sur le rendement de Loblaw. Loblaw ne pourra peut-être pas toujours réaliser les économies ou autres avantages prévus au titre de ses initiatives.

Chaîne d'approvisionnement

À compter de 2005 et durant tout 2006, Loblaw a procédé à une restructuration de sa chaîne d'approvisionnement afin de mettre en place un système logistique à l'échelle nationale. Lors de la conversion des systèmes, des difficultés sont survenues produisant un effet négatif sur l'approvisionnement en magasin de produits de pharmacie et de marchandise générale. De plus, des complications sont survenues lors de la phase de démarrage d'un nouveau centre d'entreposage et d'approvisionnement, détenu et exploité par un tiers, pour distribuer dans l'est du Canada des produits de marchandise générale et certains produits de pharmacie principalement des produits de santé et de beauté.

À la fin de 2006 et en 2007, la nouvelle équipe de direction a continué de mettre l'accent sur l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement. En 2007, Loblaw a entrepris une initiative de grande envergure consistant à investir dans sa chaîne d'approvisionnement en vue de la mettre à niveau, ce qui comportait l'implantation de nouvelles capacités de prévision, de réapprovisionnement, de distribution et de transport, en vue d'améliorer la disponibilité en magasin et la productivité opérationnelle au fil du temps. Les investissements dans la mise à niveau et le renouvellement des centres de distribution seront maintenus et des systèmes de planification seront mis en place en vue d'accroître l'efficacité des activités de transport. En 2008, nous mettrons l'accent sur les niveaux de service des centres de distribution, le respect des calendriers de livraison et la normalisation des processus d'exploitation.

Bien que ces initiatives devraient permettre d'améliorer les niveaux de service dans les magasins de Loblaw, l'ampleur des changements et l'implantation de nouveaux processus pourraient provoquer des problèmes au titre de l'acheminement des marchandises aux magasins, ce qui pourrait nuire aux ventes. Les plans de Loblaw visant à augmenter ses activités dans le secteur des vêtements dépendent de l'amélioration des processus de la chaîne d'approvisionnement courante liée à ce type de marchandises. Avant la mise en place de ces changements et pendant celle-ci, l'acheminement de ces marchandises pourrait aussi subir une incidence négative, ce qui nuirait aux ventes.

Questions en matière d'emploi et de relations du travail

La majeure partie des employés de Loblaw sont syndiqués et, par conséquent, cette dernière ne bénéficie pas de la même souplesse que ses concurrents dans des domaines comme le contrôle des coûts et la flexibilité. Les relations de Loblaw avec ses syndicats ont été satisfaisantes au cours des trois dernières années et elles ont été caractérisées par des discussions franches et ouvertes sur les changements exigés pour maintenir la compétitivité de Loblaw à long terme.

Au cours des trois dernières années, 194 conventions collectives ont été négociées avec succès, incluant une nouvelle convention d'une durée de quatre ans en 2006 avec les membres de certaines sections locales de l'Union internationale des travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce en Ontario. Cette convention permet à Loblaw de convertir 44 magasins de l'Ontario sous la bannière RCSS ou en magasins d'alimentation selon le même modèle de gestion de la main-d'œuvre, avec possibilité d'accroître le nombre d'heures au besoin. Loblaw a procédé à de nombreuses négociations collectives en 2007 alors que 73 conventions sont arrivées à échéance et que 68 autres ont été négociées avec succès, portant à la fois sur les conventions échues en 2007, celles qui ont été prorogées d'années précédentes et celles qui ont fait l'objet de négociations hâtives. En 2008, 73 conventions collectives couvrant environ 14 000 employés arriveront à échéance dont la plus importante s'applique à environ 3 100 employés. Loblaw poursuivra également les négociations portant sur 67 conventions collectives reportées de 2005, 2006 et 2007.

Loblaw entretient de bonnes relations avec ses employés et les syndicats et elle ne prévoit aucun problème inhabituel lors de la renégociation de ces conventions, bien qu'elle ne puisse le garantir. La renégociation de conventions collectives pourrait entraîner des interruptions ou des ralentissements du travail ayant possiblement des répercussions négatives sur le rendement financier de Loblaw, compte tenu de leur nature et de leur durée. Loblaw est prête à assumer les coûts à court terme de toute interruption du travail en vue de négocier des coûts de main-d'œuvre et des conditions d'exploitation concurrentiels à plus long terme.

En 2007, la fonction des Ressources humaines de Loblaw a été remaniée en profondeur pour passer d'une plate-forme décentralisée à une plate-forme nationale. Des secteurs spécialisés ont été établis, incluant les primes, la santé, la sécurité et le bien-être, les communications avec les collègues, l'apprentissage et la formation, le développement organisationnel et la gestion des talents, et des effectifs y ont été affectés.

Le taux d'inefficacité de Loblaw au titre du perfectionnement de ses employés et de la mise en place de processus adéquats de planification de la relève et de stratégies de rétention pourrait provoquer, un manque au titre des connaissances, des compétences et de l'expérience exigées, ce qui pourrait nuire à la capacité de Loblaw de mettre en œuvre ses stratégies, de mener efficacement ses activités et d'atteindre ses objectifs financiers. Loblaw continue de mettre l'accent sur le perfectionnement des collègues à tous les niveaux et dans toutes les régions. Le perfectionnement des collègues et la planification de la relève de manière efficace sont essentiels pour assurer la croissance et le succès de Loblaw. Toutefois, ces secteurs ne sont pas encore pleinement développés.

Le resserrement du marché du travail dans l'Ouest du Canada a créé des défis uniques visant l'exploitation efficace des magasins et des centres de distribution, ce qui influe sur la capacité de Loblaw d'atteindre ses objectifs commerciaux. Loblaw a mis en œuvre des programmes visant à attirer des employés de calibre adéquat dans un milieu très concurrentiel, mais rien ne certifie que ces programmes demeureront efficaces.

Rendement financier

Au cours des trois dernières années, le chiffre d'affaires total s'est accru à un taux annuel moyen cumulatif de 4,1 %. Pendant cette même période, la superficie en pieds carrés des magasins détenus par Loblaw et des magasins franchisés s'est accrue à un taux annuel moyen cumulatif d'environ 13,4 % et 7,7 % respectivement. Le nombre de magasins détenus par Loblaw au cours de la même période a diminué, passant de 658 à 628. Le nombre de magasins franchisés a augmenté légèrement, passant de 400 à 408 au cours de la même période. La taille moyenne des magasins détenus par Loblaw et celle des magasins franchisés a augmenté de 4,3 % et de 2,5 % respectivement au cours des trois dernières années, la tendance de Loblaw étant d'avoir des magasins à plus grand format.

Récemment, Loblaw a réduit ses dépenses en immobilisations pour se concentrer sur la croissance des ventes des magasins comparables plutôt que la croissance en fonction de l'espace, ce qui s'est traduit par une amélioration considérable des flux de trésorerie alors que les investissements ont été consacrés principalement aux rénovations, aux remodelages et à l'infrastructure. Les dépenses en immobilisations cumulatives financées par les flux de trésorerie tirés des activités d'exploitation et de financement se sont élevées à 2,71 milliards \$, soit 1,16 milliard \$, 0,94 milliard \$ et 0,61 milliard \$ en 2005, en 2006 et en 2007, respectivement. Malgré la décision de réduire les dépenses en immobilisations en 2007, Loblaw a connu une croissance des ventes dans toutes les régions et elle a maintenu sa part du marché national.

De plus amples renseignements sur le rendement financier de Loblaw se trouvent dans le rapport de gestion du rapport annuel 2007 de Loblaw. Lesdits renseignements sont intégrés aux présentes par renvoi et peuvent être consultés en ligne à l'adresse www.sedar.com

Produits et services

Loblaw est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et un chef de file en matière de produits de marchandise générale, de produits de pharmacie et de parapharmacie ainsi que de produits et services financiers. L'alimentaire demeure le centre névralgique des activités de Loblaw. Loblaw propose à sa clientèle quatre formats différents de magasins : magasins à grande surface, magasins conventionnels, magasins à escompte et points de vente en gros.

Dans le cadre du Projet Simplifier, des équipes ont été formées par format pour agir comme gestionnaires de chacune des marques de détail, à savoir les magasins à escompte, les magasins à grande surface et les magasins conventionnels. Des stratégies de mise en marché claires ont été définies pour les magasins à escompte et les magasins à grande surface, s'appuyant sur les préférences des clients, divers facteurs concurrentiels et les occasions présentées par le marché. La stratégie de Loblaw à l'égard de ses magasins conventionnels est en cours d'élaboration. Les projets pilotes réalisés en 2007 au titre des formats incluaient le nouveau RCSS de Milton ouvert en août 2007, trois pilotes dans des magasins conventionnels de l'Ontario en vue de mettre à l'essai des améliorations au titre des aliments frais et l'ouverture de trois magasins *No Frills* dans l'ouest du Canada pour vérifier le potentiel des magasins à escompte dans ce marché.

Loblaw vise avant tout à simplifier et à optimiser ses assortiments en vue d'obtenir du crédit pour la valeur en réduisant les prix de manière ciblée et en s'assurant que son offre de produits de marchandise générale complète adéquatement le principal secteur d'activité de Loblaw, soit l'alimentation. D'autres produits et services offerts par Loblaw sont décrits plus loin. De plus, par l'intermédiaire de certains magasins de Loblaw et de magasins franchisés, Loblaw offre des postes d'essence, des laboratoires de traitement des photos, des produits et des services optiques et des cliniques médicales.

Programme de marques contrôlées

Loblaw propose un programme soutenu et novateur de marques contrôlées tant dans le secteur de l'alimentation que celui de la marchandise générale, ce qui contribue à assurer des prix concurrentiels et à créer une fidélisation de la clientèle. Depuis trois ans, Loblaw continue d'ajouter des produits à son programme de marques contrôlées qui propose actuellement plus de 8 000 produits alimentaires et de marchandise générale. En 2007, plus de 1 400 nouveaux produits de marques contrôlées ont été mis en marché dont plus de 800 nouveaux produits pour la maison. En vue d'appuyer le lancement de ces produits, Loblaw a publié en 2007 quatre numéros du journal *Trouvailles le Choix du Président* qui rejoint des millions de foyers partout au Canada, dont un *Trouvailles santé le Choix du président* et un

Trouvailles maison le Choix du Président proposant plus de 100 produits pour la maison, y compris des produits de cuisine, de literie, de salle de bain et de décoration intérieure.

Une des composantes du plan stratégique de croissance de Loblaw consiste à offrir des produits et services centrés sous le thème « La santé, le foyer et de saines habitudes de vie ». À cette fin, Loblaw a été un chef de file en donnant une orientation « santé » aux produits de ses marques contrôlées. Loblaw offre une foule de produits bio certifiés dont plus de 300 sous la marque *PC Biologique*. Au début de 2005, Loblaw a lancé la gamme de produits *Menu Bleu* pour les consommateurs particulièrement soucieux de faire des choix « santé » et nutritionnels. Cette gamme offre maintenant non moins de 350 produits.

En 2006, la collection de vêtements pour adultes *Joe Style frais* a été lancée avec succès dans 40 magasins. À la fin de 2006, la collection de vêtements *Joe Style frais* était présente dans environ 100 magasins dans toutes les régions du pays. Dans le cadre de ce lancement, Loblaw a aménagé un espace dédié à *Joe Style frais*, doté d'allées plus larges, d'une caisse centrale et de cabines d'essayage. De nouveaux agencements décoratifs ainsi qu'une nouvelle signalisation ont été introduits. Au cours de 2007, Loblaw a poursuivi l'expansion de la collection *Joe Style frais* en l'introduisant dans un plus grand nombre de magasins, soit 350, et en mettant sur le marché la collection de vêtements pour enfants, de sous-vêtements et d'accessoires. La collection devrait continuer de s'étendre dans tous les magasins de plus de 80 000 pieds carrés. Bien que certains délais de mise en marché liés à la chaîne d'approvisionnement aient été remarqués, les ventes de cette nouvelle collection ont été positives.

Les produits de marques contrôlées de Loblaw, qui comptent parmi les marques les plus réputées du Canada, sont fabriqués sous contrat par des fournisseurs tiers. En vue de préserver l'intégrité des marques, ces fournisseurs sont tenus de respecter des normes de qualité très rigoureuses. Bien que des ententes contractuelles adéquates soient conclues avec ces tiers, Loblaw n'a aucune influence directe sur la manière dont ces tiers sont gérés. Il se peut que des événements défavorables touchant ces tiers aient une incidence négative sur les activités de Loblaw et son rendement financier.

Loblaw s'efforce également d'étendre sa gamme de produits PC pour la maison.

En 2007, l'offre de marques contrôlées de Loblaw a été appuyée par une nouvelle campagne de marketing proposant les produits *Signature le Choix du Président*, des produits offrant une valeur et une qualité exceptionnelles aux consommateurs. Cette campagne met de l'avant Galen G. Weston, le président exécutif du conseil d'administration de Loblaw, comme porte-parole. Dorénavant, Loblaw s'efforcera de solidifier sa plate-forme d'innovation relativement à ses produits de marques contrôlées et célébrera le 25^e anniversaire du journal *Trouvailles le Choix du Président* en 2008.

Services financiers

Les *Services financiers le Choix du Président*, incluant des comptes de chèques et d'épargne, des hypothèques, des REER, des fonds communs de placement, des prêts et des marges de crédit, sont fournis par la division des services bancaires en direct d'une grande banque à charte canadienne. La Banque *le Choix du Président*, filiale de Loblaw, offre la carte MasterCard® des *Services financiers le Choix du Président*.

Par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance *PC Finance Inc.*, Loblaw offre une assurance habitation et automobile *Services financiers le Choix du Président* dans des marchés spécifiques au Canada incluant l'Ontario (depuis 2004) ainsi que le Québec et l'Alberta (depuis 2005). En 2005, Loblaw, par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance *PC Finance Inc.*, a ajouté à ses offres d'assurance habitation et automobile, une assurance vétérinaire *Services financiers le Choix du Président*

disponible dans chaque province et territoire sauf le Québec et le Nouveau-Brunswick de même qu'une assurance voyage *Services financiers le Choix du Président*, présentement disponible dans toutes les provinces et tous les territoires sauf au Québec.

PC Mobile

À la fin de 2005, la société a introduit *PC Mobile*, soit des services prépayés de téléphonie cellulaire et accessoires connexes. Les services *PC Mobile* sont fournis en collaboration avec Bell Mobilité®.

Des renseignements supplémentaires sur les tendances affectant Loblaw et les stratégies de Loblaw figurent dans le rapport de gestion intégré aux présentes par renvoi.

IV. DESCRIPTION DE SES ACTIVITÉS

Weston Foods

Weston Foods est un intervenant important dans l'industrie nord-américaine des produits de boulangerie et détient toujours certains actifs dans l'industrie laitière en Ontario.

Principaux produits

Weston Foods confectionne un vaste assortiment de produits de boulangerie frais et surgelés (pâte crue et produits préélevés, précuits et entièrement cuits) et des produits de boulangerie spécialisés, notamment : pains, pâte, petits pains, bagels, muffins anglais, tortillas, beignes, gâteaux, brioches, tartes, craquelins et autres produits de boulangerie. Weston Foods est également un pourvoyeur de produits de marques contrôlées auprès de détaillants et d'entreprises alimentaires, un pourvoyeur de cornets à crème glacée et de gaufrettes pour sandwichs glacés pour l'industrie laitière et un fournisseur de biscuits pour les Guides.

L'entreprise laitière ontarienne, Neilson Dairy, se consacre au traitement du lait de consommation et de produits de longue conservation à base de lait dans deux installations de production en Ontario. De plus, les entreprises laitières fabriquent et distribuent également de nombreux produits fabriqués par des tiers sous la marque *Neilson*, y compris jus, boissons, yogourt, crème sure, trempettes et beurre dans divers formats et saveurs.

La boulangerie Weston Foods exploite ses activités dans un marché difficile affecté par la demande des consommateurs relative à la nutrition et à la santé de même que pour les formats pratiques « sur le pouce » et « portion unique » pouvant être consommés à l'extérieur du foyer. Weston Foods a agi pro-activement à l'égard de ces préoccupations en élaborant et en mettant en marché une gamme de produits choix « santé » comme des produits à base de céréales à grains entiers et de blé, des produits à portion contrôlée, des produits contenant des Omega-3 et le lait *Dairy Oh!* enrichi de DHA. De plus, l'offre de nouveaux produits Weston Foods met davantage l'accent sur le choix « santé » parmi les marques grand public incluant *Wonder+* et *Weston Moelleux Plus*.

Installations de fabrication et de confection

Au Canada, de simple petite boulangerie en 1882, Weston Foods s'est transformée en une exploitation composée du réseau actuel d'installations de fabrication situées surtout au Canada ainsi qu'à l'est et au centre des États-Unis de même qu'avec une présence de plus en plus marquée dans le sud-est des États-Unis. En date du 12 mars 2008, la situation géographique des principales installations de production situées au Canada et aux États-Unis est comme suit :

<u>CANADA</u>		<u>ÉTATS-UNIS</u>	
<u>Province</u>	<u>Nombre d'emplacements</u>	<u>État</u>	<u>Nombre d'emplacements</u>
Ontario	13	Pennsylvanie	10
Québec	8	New York	5
Alberta	4	Wisconsin	2
Nouvelle-Écosse	2	Floride	2
Colombie-Britannique	2	Indiana	2
Un site dans chacune de ces provinces: Manitoba et Terre-Neuve-et-Labrador	2	Un site dans chacun de ces états: Connecticut, Maryland, Dakota du Sud, Géorgie, Washington, Caroline du Nord, Californie et Virginie	8
	34		29

Distribution auprès des consommateurs

Weston Foods vend ses produits au moyen de divers canaux de distribution sur le marché de l'alimentation au détail en Amérique du Nord, y compris de nombreux supermarchés nationaux et régionaux, entreprises de marchandisage de masse, pharmacies, magasins de gros, clubs entrepôts, chaîne de magasins de proximité, distributeurs de services alimentaires, points de vente et autres détaillants d'articles alimentaires; la société consacre beaucoup d'effort à bâtir ses marques et à maintenir la notoriété de sa marque auprès des consommateurs.

Weston Foods distribue la plupart de ses produits de boulangerie frais et produits laitiers frais directement aux magasins par l'entremise d'un réseau de distribution routier. Les produits de boulangerie surgelés, autres produits de boulangerie spécialisés de même que les produits laitiers de longue conservation sont distribués principalement via les entrepôts combinant camions du parc de la société et flottes de véhicules indépendants. Weston Foods continue d'explorer de nouvelles avenues pour l'organisation d'une distribution efficiente, y compris l'utilisation des installations fixes de transbordement ainsi que l'optimisation de ses réseaux de route et de dépôt.

Aucun client, autre que Loblaw, ne représente une partie importante du chiffre d'affaires de Weston Foods. Au cours des deux derniers exercices, le total des ventes par Weston Foods à Loblaw a totalisé 865 millions de dollars et 823 millions de dollars respectivement.

Situation concurrentielle

L'industrie nord-américaine de la boulangerie est à la fois mature et concurrentielle. La direction passe régulièrement en revue et surveille ses programmes et résultats d'exploitation, y compris la part de marché. Au besoin, elle remanie ses stratégies d'exploitation, incluant le réaménagement des installations de production, la révision de la structure de prix et la modification de l'assortiment de produits pour s'adapter aux tendances de consommation incluant celles liées aux préoccupations en matière de santé ou de nutrition, le repositionnement de marques et/ou de programmes de mise en marché pour tenir compte de la concurrence. Weston Foods est l'un des principaux fournisseurs de produits de boulangerie et de produits laitiers dans chacun des marchés importants que la société occupe et l'élaboration de ses marques clés et leur mise en valeur auprès de la clientèle confèrent à Weston Foods des avantages importants par rapport à la concurrence.

À la suite de la faiblesse des ventes connue par les détaillants d'articles alimentaires traditionnels et d'une pression continue sur les coûts vécue par l'industrie, Weston Foods prévoit que la restructuration d'entreprise concurrentielle par des concurrents peut survenir au cours de 2008. Bien que l'issue et l'incidence, le cas échéant, de ces activités de restructuration potentielles sur les résultats financiers de la société soient incertaines, Weston Foods suivra de près le marché de l'alimentation au détail et, au besoin, modifiera ses stratégies et ses programmes.

Marques de commerce

Au cours des deux dernières années, Weston Foods a augmenté ses investissements à l'appui de ses marques de commerce, a poursuivi l'introduction de nouveaux produits orientés sur le changement des préférences en alimentaire des consommateurs et a mis des fonds pour supporter la croissance et rehausser la qualité ainsi que la productivité.

Les marques de Weston Foods lui donnent un avantage stratégique sur ses concurrents. Ses marques de qualité supérieure et de grande distribution dont *Arnold*, *Country Harvest*, *D'Italiano*, *Entenmann's*, *Freihofer's*, *Gadoua*, *Maier's*, *Neilson*, *Stroehmann*, *Thomas'*, *Weston*, et *Wonder* (pour le Canada), procurent à Weston Foods un capital de marques et de gammes de produits stratégiques favorisant la fidélisation de consommateurs à la recherche de qualité, bon goût et fraîcheur. La notoriété ainsi que la gamme diversifiée des marques Weston Foods confèrent à la société des éléments incontournables pour sa croissance à long terme. Weston Foods cherche à élargir ses marques en s'appuyant sur son capital de marques et la confiance de la clientèle dans la société pour répondre à ses besoins changeants, et à se constituer comme point de référence crédible favorisant l'introduction de nouveaux produits.

Produits de base

Le blé, la farine, le sucre, l'huile végétale et le cacao sont les principaux produits de base en boulangerie. Ces produits de base sont facilement disponibles en quantité suffisante et il existe de nombreuses sources d'approvisionnement. Afin de minimiser l'impact des fluctuations de prix sur ces importants produits de base, des contrats à terme avec les fournisseurs ou des contrats tels que des contrats à terme sur denrées négociées à la bourse, sont utilisés pour couvrir en partie le risque de fluctuation des prix des achats anticipés de certains produits de base. Le prix de ces produits de base demeure néanmoins assujéti à des fluctuations.

À titre d'entreprise de traitement du lait de consommation, la division des produits laitiers de l'Ontario reçoit la totalité de son lait cru par l'intermédiaire de l'Office de mise en marché du lait de l'Ontario (Producteurs laitiers de l'Ontario). En cas de pénurie de lait, le lait cru qui serait autrement destiné à d'autres fins, serait réaffecté et mis à la disposition des entreprises de traitement du lait de consommation.

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, les noms de marque et les brevets sur tous les territoires où elle exerce ses activités. Les marques de commerce et les noms de marque utilisés dans le secteur de Weston Foods constituent des actifs importants pour Loblaw et sont défendus avec vigueur. Comme ils confèrent à Weston Foods un avantage concurrentiel, la direction consacre beaucoup d'énergie à appuyer les noms de marque clé de la société. Les marques de commerce de Loblaw et de ses filiales figurent en *italique* lorsqu'ils sont mentionnés dans la présente notice.

Les noms de marque clés employés par Weston Foods comprennent *Arnold, Country Harvest, D'Italiano, Entenmann's, Freihofer's, Gadoua, Maier's, Neilson, Stroehmann, Thomas', Weston, Wonder* et *Wonder+*. Tous les produits de lait de consommation sont enregistrés sous les marques de commerce de *Neilson : Neilson, Neilson Trutaste, Neilson Trucalcium, Dairy-Oh!, Moojo* et la famille de marques *L'Ultime*. Weston Foods a conclu un contrat de licence exclusive avec Cadbury, l'autorisant à employer les noms de marque suivants sur les boissons lactées : *Caramilk®* et *Crispy Crunch®*, deux des marques de tablettes de chocolat les plus connues au Canada. De plus, Weston Foods a conclu une entente de fabrication, de vente et de distribution exclusive avec Nestlé Canada pour les laits fouettés de *Nesquik®*, *Coffee Crisp®* et *Rolo®* ainsi que le colorant à café *Coffee-mate®*. Également, Weston Foods a conclu des ententes avec *Weight Watchers® International* pour le Canada et les États-Unis à l'égard de la fabrication, la vente et la distribution de produits de boulangerie sous ses marques.

Saisonnalité

Les activités d'exploitation de la société dans l'alimentaire au chapitre du niveau des stocks, du volume des ventes et de l'assortiment des produits sont touchées à divers degrés par certaines périodes fériées au cours de l'année. Weston Foods surveille continuellement l'incidence que les périodes fériées peuvent avoir sur ses activités d'exploitation et ajuste en conséquence le niveau des stocks et de la production ainsi que les calendriers de livraison.

Questions en matière de relations du travail et d'emploi

Weston Foods emploie environ 15 400 salariés à temps plein et à temps partiel oeuvrant dans les activités d'exploitation de boulangerie et de laiterie. La majorité des salariés sont régis par diverses conventions collectives, dont la plupart sont négociées indépendamment sur une base d'usine par usine ou d'unité par unité, habituellement pour une période d'au moins trois ans. Aucune des conventions collectives ne revêt une importance prédominante sur l'ensemble des activités de Loblaw.

La renégociation de conventions collectives peut entraîner des arrêts du travail ou des ralentissements qui peuvent avoir une incidence négative sur la performance financière de la société selon leurs natures et durées. La société accepte le fait de coûts à court terme résultant d'arrêts du travail dans le but de négocier pour le long terme des coûts du travail et des conditions d'exploitation concurrentielles.

D'importantes négociations de travail sont survenues auprès de Weston Foods au cours de 2007 alors que 31 conventions collectives sont venues à échéance et 33 conventions collectives ont connu des négociations fructueuses représentant un ensemble de conventions expirées en 2007, de conventions expirées dans les années précédentes et reportées et de conventions négociées à l'avance. En 2008, 28 conventions collectives touchant 2 700 salariés viennent à échéance. La société poursuivra la négociation incluant 8 conventions collectives reportées de 2007.

Weston Foods maintient de bonnes relations avec ses salariés et syndicats et, même si cela demeure possible, la société ne prévoit pas connaître de difficultés inhabituelles en ce qui concerne la renégociation de conventions collectives de travail.

Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité

Weston Foods a des programmes en matière d'environnement, de santé et de sécurité en milieu de travail et a établi des politiques et des procédures destinées à assurer la conformité à toutes les exigences législatives applicables. À cette fin, Weston Foods procède à des évaluations des risques pour l'environnement et vérifications environnementales par l'intermédiaire de ressources internes et externes;

elle a également mis en place des programmes de sensibilisation des salariés dans tous ses sites d'exploitation.

Weston Foods 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 néfaste sur la performance financière de Weston Foods, et rien n'indique qu'il pourrait en être autrement.

Le comité de l'environnement et de santé et sécurité du conseil d'administration de Weston reçoit régulièrement des rapports de la direction traitant des questions actuelles et problématiques potentielles futures, identifiant des préoccupations liées à la nouvelle réglementation de même que des initiatives de communication pertinentes. Le personnel de Weston Foods affecté aux questions environnementales travaille en étroite collaboration avec le personnel du secteur de l'exploitation pour veiller à ce que les normes de Loblaw en matière d'environnement soient satisfaites.

Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage

Weston Foods est assujettie à d'éventuelles responsabilités découlant de ses activités commerciales, notamment des obligations et dépenses éventuelles liées à des défauts de produits, à l'innocuité des aliments et à la manipulation des produits. Ces responsabilités peuvent découler de la fabrication, du traitement, du stockage, de la distribution, de la présentation des produits et en ce qui concerne les produits fabriqués en sous-traitance pour Weston Foods, de leur fabrication, leur emballage et leur conception. Toute défaillance ou arrêt d'importance de ces systèmes pourraient avoir un effet négatif sur la réputation de la société et sa performance financière.

Une grande partie du chiffre d'affaires de Weston Foods provient des produits alimentaires et Weston Foods pourrait se trouver en position de vulnérabilité advenant une importante poussée de maladie d'origine alimentaire ou des préoccupations accrues relatives à la santé publique en rapport avec certains produits alimentaires. Un événement de cette nature, le cas échéant, pourrait avoir une incidence négative sur le rendement financier de Weston Foods. 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 produits potentiellement dangereux sont rapidement retirés des stocks. 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. Weston Foods s'applique à utiliser les meilleures pratiques pour l'entreposage et la distribution de produits alimentaires et soutient activement la sensibilisation des consommateurs à la manipulation et à la consommation sécuritaires des aliments. Au cas où pareil événement surviendrait, seule une exécution bien orchestrée de ces procédures assurera le succès de pareille intervention. L'existence de pareilles procédures ne signifie pas nécessairement que la société pourra en toute situation limiter lesdits risques.

Weston Foods s'efforce de faire en sorte que les articles de ses marques portent un étiquetage satisfaisant à toutes les exigences réglementaires incluant des renseignements ayant trait à la nutrition afin que les consommateurs sensibilisés à une nutrition « santé » puissent faire des choix éclairés.

Recherche et développement et nouveaux produits

Les équipes d'élaboration des produits de Weston Foods ont mis au point d'importantes formulations commerciales, des recettes et une expertise technologique. De plus, à l'occasion, Weston Foods établit des relations stratégiques avec d'autres entreprises de traitement de produits alimentaires ou des entreprises qui ont des produits de marque (c.-à-d. Weight Watchers®) afin de tirer mutuellement profit de leur expertise ou de leurs marques respectives.

En 2007, Weston Foods Canada a introduit une variété de produits innovateurs de boulangerie sur le marché canadien. Ces produits comprennent l'élargissement de la gamme *Wonder+* englobant sous cette marque tous les produits de boulangerie (blanc et 100% de blé entier), pain hot dog et pain hamburger et bagel carré *Wonder+*, muffin anglais et *Wrapz* (tortillas). La gamme de produits *D'Italiano* a été élargie pour englober les crostini à 100 % blé entier, les friands et le pain à l'ail frais. Tous les pains *Country Harvest* ont été reformulés de manière à réduire de 25 % la teneur en sel. Gadoua a mis sur le marché au Québec quatre nouveaux pains moelleux. La gamme Weight Watchers® a été élargie pour englober des nouveaux produits : tortillas, bagels et muffins anglais.

En 2007, l'offre de nouveaux produits de Weston Foods U.S. est la suivante :

- *Thomas' Mini Squares Bagelbread*, combinant la saveur traditionnelle du bagel à celle du pain moelleux en portion contrôlée ; et
- *Thomas' 100 calories muffin anglais*.

En 2007, l'exploitation laitière canadienne a mis sur le marché les nouveaux produits de longue conservation suivants afin d'augmenter la gamme existante de produits de longue conservation : lait 2 % et crème 10%, les portions uniques à saveur *L'Ultime Lait au chocolat*, *L'Ultime Lait à la fraise*, *L'Ultime Lait à la vanille française* et un emballage de six portions pour la maison de *L'Ultime Lait au chocolat*. Dans la catégorie breuvage, la laiterie a mis sur le marché en 2007 le *Dairy Oh!* au chocolat, punch à l'orange et punch aux fruits.

En 2006, Weston Foods a mis l'accent sur le développement de produits « santé » pour le mieux-être ayant bon goût en proposant une offre ciblée sur les tendances générales qui privilégient céréales à grain entier, Omega-3 et fibre. En complément de la gamme de pains *Country Harvest* introduite en 2005, Weston Foods a amélioré les bagels *Country Harvest* qui sont préparés à partir de 100 % céréales à grain entier et sont une source d'Omega-3. Au Canada, la marque *Wonder* a été élargie afin d'offrir aux enfants le pain *Wonder+* associant le bon goût *Wonder* aux bénéfices « santé » qu'offre le blé entier.

Aux États-Unis, un nouveau pain à 100 % blé entier *Arnold Double Fiber*, a été mis en marché par Weston Foods U.S. en 2005 sous la marque *Whole Grain Classics*. L'offre améliorée de produits de la marque Weight Watchers® proposée par Weston Foods comprend une sélection multi-grain et les autres sélections ont été converties à 100 % blé entier. Également aux États-Unis, un pain à 100 % blé entier, pains à grains traditionnels, bagels et muffins anglais Weight Watchers® ont été lancés à l'échelle nationale avec succès au cours de 2005.

Au cours de 2005, Weston Foods a introduit aux États-Unis une nouvelle gamme plus étendue de produits incluant petits gâteaux à portion unique au format pratique *Enten-minis*, dans la catégorie des produits frais de pâtisserie et les pains bagels *Thomas' Squares Bagelbread*, les muffins anglais *Thomas' Hearty Grains*, les mini bagels *Thomas'* et les pains *Stroehmann Dutch Country Family Grain* dans la catégorie produits frais de boulangerie.

Activités à l'étranger

Les installations de fabrication de Weston Foods sont situées à travers le Canada et principalement dans l'est des États-Unis. Environ 64% du chiffre d'affaires de Weston Foods est réalisé aux États-Unis. Toute pression d'importance économique ou provenant de la concurrence, incluant les fluctuations du dollar américain relativement au dollar canadien, aurait un impact sur les résultats consolidés de Weston Foods. Loblaw détient à part entière plusieurs filiales étrangères qui servent de sociétés portefeuille pour certains actifs.

De plus amples renseignements sur l'entreprise Weston Foods se trouvent dans le rapport de gestion, lesquels sont intégrés aux présentes par renvoi, et sont également affichés au www.sedar.com

Loblaw

Activités de la société

Loblaw est la plus grande entreprise de distribution alimentaire au Canada et un chef de file en matière de produits de marchandise générale, de produits de pharmacie et de parapharmacie ainsi que de produits et services financiers. Loblaw a pour mission d'être le meilleur détaillant de produits alimentaires et de produits pour la santé et la maison en dépassant les attentes des clients grâce à des produits novateurs et à très bons prix. Depuis plus de 50 ans, Loblaw approvisionne le marché canadien en produits et services novateurs par l'intermédiaire de magasins détenus par Loblaw et de magasins franchisés et associés. Loblaw offre principalement quatre formats de magasins, soit les magasins à grande surface, les magasins conventionnels, les magasins à escompte et les points de vente en gros. Les magasins détenus par Loblaw comprennent les bannières suivantes : *Atlantic Superstore*, *Dominion** (pour Terre-Neuve-et-Labrador), *Extra Foods*, *Loblaws*, *Maxi*, *Maxi & Cie*, *Provigo*, *The Real Canadian Superstore* et *Zehrs*, de même qu'un certain nombre de points de vente en gros exploités sous les bannières *Cash & Carry*, *Presto* et *The Real Canadian Wholesale Club*. Les magasins franchisés et associés de Loblaw opèrent sous les dénominations sociales suivantes : *Atlantic SaveEasy*, *Fortinos*, *Extra Food*, *No Frills*, *SuperValu*, *Valu-mart* et *Votre Épicerie Indépendant*. Le réseau de magasins est soutenu par 25 installations d'entreposage exploitées par Loblaw et trois installations d'entreposage détenues par des tiers localisées partout au Canada ainsi que, lorsque nécessaire, des sites temporaires d'entreposage.

De plus, Loblaw offre des produits et des services financiers *Services financiers le Choix du Président*, notamment la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président*, un programme d'assurances habitation et automobile de même qu'une assurance voyage et une assurance vétérinaire, des services de téléphonie PC Mobile et un programme de fidélisation connu sous le nom de *Points PC*.

*Marque de commerce utilisée sous licence

Division géographiques et bannières

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

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés	Comptes indépendants	Entrepôts
Terre-Neuve-et-Labrador	15	5	8	171	1
Île-du-Prince-Édouard	4	3	1	87	-
Nouvelle-Écosse	34	20	1	443	2
Nouveau-Brunswick	20	21	5	196	2
Québec	226	22	299	3 080	4
Ontario	163	267	12	75	6
Manitoba	25	5	27	842	1
Saskatchewan	33	16	20	651	2
Alberta	71	3	9	1 518	5
Territoires du Nord-Ouest	2	-	1	1	-
Yukon	1	2	-	-	-
Colombie-Britannique	34	44	16	16	2
Total	628	408	399	7 080	25

Les bannières associées à chacun des formats de magasins de la société, se répartissent comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins franchisés	Magasins associés
Magasin à grande surface			
Atlantic Superstore	53		
Dominion* (Terre-Neuve-et-Labrador)	13		
The Real Canadian Superstore	102		
Magasin conventionnel			
Atlantic SaveEasy	1	41	6
Fortinos		20	
Loblaws	89		
Provigo	68	22	3
SuperValu	1	15	7
Valu-mart		56	10
Votre Épicerie Indépendant		53	1
Zehrs	48		
Autre	2	35	253
Magasin à escompte			
Extra Foods	76	26	
Maxi	91		
Maxi & Cie	16		
No Frills		140	
Point de vente en gros			
Cash & Carry	22		119
Presto	12		
The Real Canadian Wholesale Club	34		
Total	628	408	399

* Marque de commerce utilisée sous licence

À la fin de l'exercice 2007, la taille moyenne des magasins détenus par Loblaw et des magasins franchisés était de 60 800 pieds carrés et de 28 000 pieds carrés respectivement. La taille moyenne des magasins détenus par Loblaw et celle des magasins franchisés a augmenté de 13,4 % et de 7,7 % respectivement au cours des trois dernières années, la tendance de Loblaw étant d'avoir des magasins de plus grand format.

Lorsqu'elle le juge approprié, Loblaw a pour stratégie d'acheter des terrains pour de futurs magasins. À la fin de l'exercice 2007, Loblaw possédait 73 % des biens immobiliers sur lesquels les magasins détenus par Loblaw sont situés, 46 % des biens immobiliers sur lesquels les magasins franchisés sont situés ainsi que divers biens en développement ou en voie de l'être. Les biens immobiliers qui lui appartiennent sont essentiellement libres de toutes charges avec des prêts hypothécaires de seulement 17 millions \$ sur un actif immobilisé total incluant les biens immobiliers, d'une valeur comptable nette d'environ 8 milliards \$ à la fin de l'exercice 2007. La superficie totale des magasins détenus par Loblaw et des magasins franchisés représente approximativement 27,9 millions de pieds carrés et 5,3 millions de pieds carrés, respectivement.

Une part importante des revenus et des bénéfices de Loblaw proviennent de montants payés par les franchisés. Loblaw profite de la gestion de ces magasins par des propriétaires et des exploitants dynamiques. Les franchisés passent des accords avec Loblaw aux termes desquels ils doivent être approvisionnés par Loblaw et payer certains honoraires pour les services fournis par Loblaw et pour le droit d'utilisation de certaines marques de commerce appartenant à Loblaw. Loblaw reçoit aussi une partie des bénéfices de la plupart des magasins franchisés au moyen d'actions privilégiées ou d'autres dispositions. Les services offerts par Loblaw aux franchisés comprennent l'aménagement des magasins, des programmes de mise en marché et des systèmes de comptabilité. Règle générale, les franchisés indépendants louent de Loblaw le terrain et l'édifice des magasins et, s'ils sont admissibles, ils peuvent obtenir un financement par l'intermédiaire d'une structure comportant des fiducies indépendantes afin de faciliter l'achat de la plupart de leurs stocks et de leurs actifs immobilisés des magasins comprenant surtout des agencements et des équipements.

Les franchisés sont des entrepreneurs indépendants et, par conséquent, des facteurs échappant au contrôle de Loblaw peuvent influencer négativement sur leurs activités de même que sur la réputation de Loblaw et nuire à ses revenus et à ses bénéfices. Les revenus et les bénéfices pourraient aussi subir une incidence défavorable et la réputation de Loblaw pourrait être entachée si un nombre considérable de franchisés devaient subir des défaillances d'exploitation, incluant des risques en matière de santé et de sécurité, éprouver des difficultés financières, refuser ou être incapables de régler les locations de stocks ou d'autres frais ou négliger de conclure ou de renouveler les conventions de franchisage. Le système de franchisage de Loblaw est aussi assujéti aux lois et aux règlements en matière de franchisage adoptés par diverses provinces. Toute nouvelle loi et tout défaut de se conformer à la loi actuelle pourrait influencer négativement sur les activités et contribuer à accroître les coûts et charges d'administration liés à ces règlements. Tous ces facteurs pourraient nuire aux relations de Loblaw avec ses franchisés.

À la suite de la dévaluation des cotes de crédit de Loblaw en février 2008, Loblaw a été prévenue qu'un événement entraînant la résiliation de la convention de fiducie de financement indépendante de Loblaw à l'intention des franchisés de Loblaw s'était produit en raison de ces dévaluations. En vue de régler le problème, Loblaw travaille actuellement à l'obtention d'autres sources de financement auprès d'un consortium bancaire, sous la forme d'une facilité de crédit engagée de 364 jours à l'intention de tous les franchisés. Ce nouveau financement devrait être réalisé au second trimestre de 2008. Dès sa conclusion, ce nouveau financement pourrait se traduire par des coûts de financement supérieurs pour les franchisés pouvant influencer négativement sur les résultats d'exploitation. Bien que Loblaw soit d'avis que les franchisés pourront continuer d'obtenir du financement adéquat à l'avenir, l'incapacité de le faire pourrait

influer négativement sur les programmes de franchisage de Loblaw et avoir des répercussions sur ses résultats d'exploitation. De plus amples renseignements sur la notation financière de Loblaw se trouvent aux pages 15 et 16 du rapport de gestion de Loblaw intégrés aux présentes par renvoi.

Situation concurrentielle

Le secteur du commerce de détail canadien est caractérisé par une forte concurrence. Il est principalement fonction de la demande des consommateurs, laquelle est influencée par les tendances économiques, l'évolution des facteurs démographiques, la diversité ethnique, l'importance accordée à la santé et à l'environnement et le temps disponible. Les récentes tendances en matière de consommation ayant dominé le secteur comprennent les préoccupations des consommateurs au sujet de leur santé et de celle de leur famille, le manque de temps, la demande grandissante de produits de valeur et de qualité à un seul et même endroit, le désir d'acheter certains produits de marchandise générale lorsqu'ils font leur épicerie et les exigences de plus en plus marquées pour que les détaillants s'approvisionnent de manière éthique et responsable envers l'environnement et la collectivité.

Les concurrents de Loblaw comprennent les exploitants traditionnels de supermarchés de même que les exploitants de magasins à très grande surface, les entrepôts, les pharmacies, les magasins à assortiments restreints, les magasins à escompte, les dépanneurs et les magasins spécialisés. Bon nombre de ces concurrents offrent une gamme de produits alimentaires, de produits de pharmacie et de parapharmacie et de produits de marchandise générale. D'autres demeurent concentrés sur les activités alimentaires. En général, le secteur canadien du commerce de détail a été caractérisé ces dernières années par une augmentation de la superficie supérieure à celle de la demande des consommateurs, ce qui s'est traduit par des pressions sur les détaillants pour les inciter à réduire leur prix et leurs coûts d'exploitation et de main-d'œuvre.

L'incapacité de Loblaw de rivaliser efficacement avec ses concurrents actuels ou futurs pourrait se traduire notamment par une réduction de la part de marché et des prix moindres en réponse aux activités des concurrents en matière de prix. Par conséquent, la position concurrentielle de Loblaw et son rendement financier pourraient être touchés de manière défavorable.

Bien que beaucoup reste à faire quant à l'implantation fructueuse des stratégies de Loblaw, cette dernière estime être en position solide par rapport à la concurrence au Canada. Loblaw continuera de mettre l'accent sur la proposition de valeur de ses bannières ainsi que sur le format de magasin approprié à chacun des marchés. De plus, son offre de marques contrôlées favorise la fidélisation de la clientèle et assure une certaine souplesse dans l'établissement des prix par rapport aux marques nationales. Loblaw s'est engagée à réduire les coûts en vue d'appuyer sa rentabilité compte tenu des prix moindres offerts aux clients.

La clientèle

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

Produits et services

Produits de marques contrôlées

Loblaw a développé avec succès une gamme de produits et services de marques contrôlées qui sont vendus ou mis en marché dans les magasins détenus par Loblaw, les magasins franchisés et les magasins associés et offerts, en quantité limitée, à certains clients indépendants. L'équipe expérimentée, qui est responsable de l'élaboration de ces produits au sein de Loblaw, travaille étroitement avec les fournisseurs à leur conception et leur confection.

Loblaw commercialise actuellement plus de 8 000 produits de marques contrôlées sous les marques incluant : *le Choix du Président*, *PC*, *PC Biologique*, *Menu Bleu*, *Mini Chefs*, *sans nom*, *Joe Style frais*, *Format Club*, *VERT*, *EXACT*, *le Choix de nounours* et *La vie chez soi*. En 2007, plus de 1 400 nouveaux produits de marques contrôlées ont été mis en marché dont environ 800 produits pour la maison.

La santé, le foyer et de saines habitudes de vie sont les éléments au cœur de l'objectif de Loblaw d'être reconnue comme une entreprise permettant à tous les Canadiens de mener une vie saine. Loblaw offre des aliments sains de marque contrôlée, principalement par l'entremise de ses gammes santé *Menu Bleu* et *PC Biologique*.

Au cours des dernières années, une sélection de produits de marchandise générale a été développée sous les marques *PC* et *La Vie chez soi* dans le cadre de l'expansion de Loblaw dans le secteur non alimentaire. Les produits proviennent de tous les coins du monde et sont destinés à toutes les pièces de la maison – literie, salle de bain, cuisine, décoration intérieure et plein air.

En 2006, la collection de vêtements pour adultes *Joe Style frais* a été lancée avec succès dans 40 magasins. À la fin de l'exercice, cette collection était présente dans environ 100 magasins et dans toutes les régions du pays. Loblaw a appuyé le lancement en aménageant un espace *Joe Style frais* doté d'allées plus larges, d'une caisse centrale et de cabines d'essayage. De nouveaux agencements décoratifs ainsi qu'une nouvelle signalisation ont aussi été introduits. Au cours de 2007, Loblaw a poursuivi l'expansion de la collection *Joe Style frais* en l'offrant dans un plus grand nombre de magasins, soit 350, et en mettant sur le marché la collection de vêtements pour enfants, de sous-vêtements et d'accessoires signés Joe. La collection devrait continuer de s'étendre dans tous les magasins d'une superficie de plus de 80 000 pieds carrés. Bien que certains délais liés à la chaîne d'approvisionnement aient été éprouvés au moment de leur mise en marché, les ventes de ces nouvelles collections ont été positives.

Marketing

Les programmes de marketing de Loblaw mettent l'accent sur la promotion et la publicité pour divers produits et services de marques contrôlées appartenant exclusivement à Loblaw. Ces programmes sont appuyés par de la recherche, incluant des mesures de connaissance de la clientèle et de notoriété des marques. L'équipe de marketing influe également sur le choix des produits annoncés dans les circulaires hebdomadaires, dans tous les formats de magasins.

Loblaw vend une vaste gamme de marques nationales dont le marketing est assuré principalement par l'entremise des circulaires ou d'activités promotionnelles en magasin menées en collaboration avec les fournisseurs de marques nationales.

Un ensemble de médias de communications uniques est utilisé pour informer et éduquer les consommateurs à propos des produits et des services de Loblaw. Le journal *Trouvailles le Choix du Président* est considéré comme une publication essentielle par des millions de consommateurs au pays et il est distribué directement jusqu'à quatre fois par année à plus de 11 millions de ménages. Ce journal décrit de façon créative tous les nouveaux produits offerts durant une saison et souligne les prix, la valeur et la qualité des produits de marques contrôlées. Bien que le programme de fidélité de Loblaw soit géré

par l'entremise des Services financiers le Choix du Président, l'équipe de marketing appuie ses marques en ajoutant des offres de fidélisation spéciales de *points CP* échangeables dans tous les magasins contre des produits lors de nombreuses promotions de marketing. Deux fois par année, Loblaw participe à la semaine de la mode au Canada en vue de faire la promotion de sa gamme de vêtements *Joe Style frais*.

Loblaw assure aussi la promotion de ses produits et s'adresse de manière interactive aux consommateurs sur ses sites Web, comme www.pc.ca et www.joe.ca sur lesquels les consommateurs peuvent participer à des concours et évaluer et noter des produits alimentaires de même que créer une garde-robe personnelle.

Services financiers le Choix du Président

Loblaw offre des produits et des services bancaires *Services financiers le Choix du Président* fournis par la division des services bancaires en direct d'une grande banque à charte canadienne.

Par l'intermédiaire de la Banque le Choix du Président, la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président* est offerte à l'échelle du Canada. Des prestataires de services tiers se chargent des services de traitement des transactions par cartes de crédit ainsi que d'un centre d'appels (services/soutien) et de la surveillance du crédit et des fraudes pour la carte MasterCard® *Services financiers le Choix du Président*. Au 29 décembre 2007, une tranche d'environ 1,475 milliard \$ de montants exigibles sur cartes de crédit avait fait l'objet d'une titrisation tandis qu'une tranche de 548 millions \$ de montants exigibles était détenue par la Banque *le Choix du Président*.

Par l'intermédiaire de sa filiale Agence d'assurance *PC Finance Inc.*, Loblaw offre une assurance habitation et automobile des *Services financiers le Choix du Président* dans des marchés bien spécifiques au Canada incluant l'Ontario ainsi que le Québec et l'Alberta. Une assurance vétérinaire *Services financiers le Choix du Président* est disponible dans chaque province et territoire à l'exception du Québec et du Nouveau-Brunswick. Une assurance voyage *Services financiers le Choix du Président* est actuellement offerte dans toutes les provinces et tous les territoires sauf au Québec.

L'utilisation de plusieurs de ces services offerts par les *Services financiers le Choix du Président* permet à la clientèle d'accumuler, par l'intermédiaire d'un programme de fidélisation, des points *PC* échangeables contre des produits d'épicerie et d'autres récompenses.

PC Mobile

La société a introduit *PC Mobile*, une gamme de services prépayés de téléphonie cellulaire et d'accessoires connexes. Les services *PC Mobile* sont fournis en collaboration avec Bell Mobilité®.

Propriété intellectuelle

Loblaw 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 de ses magasins ou bannières de même que ceux associés à ses programmes de marques contrôlées. Les noms commerciaux des magasins ou des bannières sont associés à des concepts de détail précis et revêtent de l'importance tant pour les activités des magasins détenus par Loblaw que celles des magasins franchisés. Les franchisés utilisent les noms des bannières associés à leur programme de franchisés conformément aux accords d'octroi de licence. Les marques de commerce de Loblaw utilisées dans le cadre de son programme de marques contrôlées sont présentées à la rubrique « Produits et services ». La propriété intellectuelle de Loblaw 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 associés à l'entreprise

et utilisés dans le cadre des activités de Loblaw constituent des actifs importants et sont défendus avec vigueur. Certaines des marques de commerce de Loblaw sont accordées sous licence à des fournisseurs tiers, principalement dans le cadre des Services financiers le Choix du Président. Les marques de commerce de Loblaw figurant dans la présente notice annuelle sont présentées en *italique*.

Technologie de l'information

Loblaw utilise divers systèmes pour appuyer les principaux aspects fonctionnels de ses activités. L'équipe responsable de la technologie de l'information (« TI ») offre des services de soutien, de maintenance et de développement pour ces systèmes tout en assurant la gestion de l'orientation stratégique des fonctions de TI de Loblaw.

Loblaw utilise une technologie aux points de vente permettant à chacun de se brancher sur une gamme d'outils de gestion en magasin pour des fonctions comme la gestion de l'effectif, les commandes de produits et la gestion des stocks. Les entrepôts sont munis de systèmes de gestion des stocks facilitant la cueillette et la livraison des produits. Il existe de plus, des outils de soutien pour les principales fonctions de Loblaw, comme la mise en marché, les finances, les ressources humaines et le marketing.

Loblaw maintient un réseau sécuritaire complet pouvant transmettre des données entre les magasins, les centres de distribution et les bureaux de Loblaw et acheminant des données sur les opérations de crédit et de débit entre les magasins et le fournisseur de services de compensation de Loblaw.

Loblaw fait aussi appel à des services d'impartition, plus particulièrement pour les applications et la technologie liées à ses ordinateurs principaux, les activités et les services pharmaceutiques et de laboratoire photographique et pour le compte des Services financiers le Choix du Président.

Tout bris ou panne des systèmes de TI pourrait avoir un impact défavorable sur la réputation, les revenus et le rendement financier de Loblaw. Loblaw n'a pas suffisamment investi dans son infrastructure de TI et ses systèmes ne sont pas assez fonctionnels. Loblaw court le risque que cette infrastructure n'appuie pas adéquatement les processus commerciaux que requiert la nouvelle entreprise. En 2007, un plan stratégique TI a été mis au point pour orienter les nouveaux systèmes dont Loblaw a besoin. En 2008, Loblaw amorcera l'implantation de ce plan.

Chaîne d'approvisionnement

La chaîne d'approvisionnement de Loblaw est responsable du flux de la marchandise et de l'information entre ses vendeurs et fournisseurs et les centres de distribution de Loblaw et, finalement, ses magasins. Dans certains cas, des marchandises sont déplacées directement des fournisseurs vers les magasins de Loblaw. Loblaw évalue continuellement ses méthodes de distribution incluant ses relations avec les vendeurs et fournisseurs, la technologie, les modes de transport et les installations. Lorsque Loblaw le juge opportun, elle instaure des changements à ses infrastructures de chaîne d'approvisionnement pour assurer un système fiable et efficace en termes de coûts et ce de façon continue.

Le réseau de la chaîne d'approvisionnement et de distribution de Loblaw compte 25 entrepôts et centres de distribution dont Loblaw est soit propriétaire, soit locataire. Loblaw a également recours à des services logistiques tiers, y compris ceux d'un centre d'entreposage et de distribution situé à Pickering, (Ontario), pour les produits de marchandise générale. Loblaw utilise différents modes de transport incluant son propre parc de camions et a recours à des transporteurs tiers et au transport maritime et par rail. Pour le transport, Loblaw n'est tributaire d'aucun tiers.

En 2007, Loblaw a entrepris un plan sur plusieurs années en vue d'investir dans sa chaîne d'approvisionnement et de la mettre à niveau, comme décrit à la page 6 de la présente notice annuelle.

Un nouveau centre de distribution alimentaire à Ajax (Ontario), exploité par un fournisseur de services tiers, démarrera ses activités en 2008.

Saisonnalité

Les activités de Loblaw relatives à l'alimentaire 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 produits proposés. Certains produits pour la maison ou de marchandise générale sont sujets à un plus grand nombre de fluctuations saisonnières.

Activités à l'étranger

La Glenhuron Bank Limited, une filiale indirecte à part entière de Loblaw, a des activités à la Barbade et exploite divers secteurs de services financiers notamment la gestion de capitaux et les services afférents à la trésorerie. Loblaw n'est pas tributaire de ces activités.

Employés

En date du 29 décembre 2007, l'effectif de Loblaw et de ses franchisés comptait plus de 140 000 personnes à temps plein et à temps partiel. Une majorité des employés œuvrant dans les magasins et centres de distribution de Loblaw sont syndiqués. Actuellement, les employés syndiqués de Loblaw sont couverts par 372 conventions collectives conclues avec 15 syndicats.

Octroi de prêts

Le conseil d'administration de la Banque *le Choix du Président* a approuvé des politiques de gestion du risque qui assure la gouvernance et la surveillance en vue de gérer et de contrôler efficacement les risques de crédit actuels et potentiels associés au crédit accordé aux clients MasterCard® des *Services financiers le Choix du Président*. En vue de réduire le risque de crédit connexe, la Banque *le Choix du Président* utilise des outils d'évaluation du crédit de pointe, des techniques rigoureuses de suivi des portefeuilles de cartes de crédit de même que des techniques assurant l'efficacité des processus de gestion et de recouvrement des comptes. De plus, les montants exigibles sont répartis entre un grand groupe diversifié d'utilisateurs de carte de crédit.

Questions environnementales et questions en matière de santé et sécurité

Loblaw a des programmes en matière d'environnement, de santé et de sécurité en milieu de travail et a établi des méthodes et procédures visant à assurer le respect de toutes les exigences législatives applicables en matière d'environnement. À cette fin, Loblaw procède à des évaluations des risques pour l'environnement et à des vérifications environnementales par l'intermédiaire de ressources internes et externes; elle a également mis en place des programmes de sensibilisation des employés à tous ses sites d'exploitation. Loblaw 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 d'affronter les pressions exercées par la concurrence doivent tenir compte de ses responsabilités en matière d'une saine gestion environnementale et de questions d'ordre écologique. Les exigences en matière de protection de l'environnement n'ont pas d'incidence importante sur le rendement financier de Loblaw et aucune pareille incidence n'est prévue.

Le comité de l'environnement et de la santé et sécurité du conseil d'administration reçoit régulièrement des rapports de la direction qui passent en revue les questions actuelles et potentielles futures, qui identifient des préoccupations liées à de nouveaux règlements ou nouvelles lois, de même que les initiatives de communication pertinentes. Le personnel dédié aux questions environnementales de Loblaw travaille en étroite collaboration avec tous les secteurs d'exploitation de Loblaw afin de s'assurer que toutes les normes de Loblaw sont satisfaites.

Responsabilité sociale

De concert avec ses magasins et ses employés dans tout le pays, Loblaw offre son soutien et sa contribution à des organismes locaux et nationaux dans ses divers marchés en commanditant de nombreuses causes philanthropiques principalement orientées vers le soutien et la promotion de la santé des enfants, les banques alimentaires locales et l'écologisation des municipalités. Loblaw appuie également la *Fondation pour les enfants le Choix du Président* qui vise à aider directement les familles ayant des enfants atteints d'une déficience physique ou intellectuelle.

En 2007, Loblaw a reconnu l'importance de la responsabilité sociale et créé une fonction dirigée par un vice-président principal relevant directement du président exécutif du conseil. En 2008, cette fonction dirigera l'élaboration des principes de Loblaw en matière de responsabilité sociale, comme la préservation de l'environnement, l'approvisionnement intègre et la différence positive dans la collectivité dans tous les aspects des activités de l'entreprise. Le premier rapport de Loblaw sur la responsabilité sociale devrait être publié en avril 2008.

Innocuité des aliments, santé publique et étiquetage

Loblaw est assujettie à des risques liés à des défauts de fabrication de produits, à l'innocuité des aliments et à leur manipulation. Ces responsabilités peuvent découler du stockage, de la distribution et de l'étalage des produits, et en ce qui concerne les produits de marques contrôlées de Loblaw, à leur fabrication, leur emballage et leur conception. Tout événement associé à ces questions pourraient nuire à la réputation de la société et à son rendement financier.

Une grande partie du chiffre d'affaires de Loblaw provient de l'alimentaire et Loblaw 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 produits alimentaires. Un événement de cette nature pourrait avoir une incidence négative sur le rendement financier de Loblaw. 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 employés et les consommateurs sont claires et que les produits potentiellement dangereux sont rapidement retirés des inventaires. Les risques liés à l'innocuité des aliments sont couverts par le programme d'assurances de Loblaw. De plus, Loblaw applique des procédures et des programmes en matière d'innocuité des aliments qui traitent des normes de préparation et de manipulation sécuritaires des aliments. Loblaw s'applique à employer les meilleures pratiques pour l'entreposage et la distribution des produits alimentaires. Elle soutient avec dynamisme la sensibilisation auprès des consommateurs sur la manipulation et la consommation sécuritaires des aliments. La capacité de ces procédures d'endiguer ces événements dépend de leur exécution fructueuse. La mise en place de ces procédures ne signifie pas que Loblaw sera en mesure dans tous les cas d'atténuer ces risques.

Loblaw s'efforce de faire en sorte que les produits de ses marques contrôlées répondent à toutes les exigences réglementaires applicables, incluant un étiquetage informatif ayant trait à la nutrition afin que les consommateurs sensibilisés à une nutrition « santé » puissent faire des choix éclairés.

De plus amples renseignements concernant les activités commerciales de Loblaw se trouvent dans le rapport de gestion de Loblaw intégrés aux présentes par renvoi et affichés au www.sedar.com

V. PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE ET ÉTHIQUE COMMERCIALE

La société s'engage à gérer ses activités de façon convenable et responsable, et ce, à tous les niveaux. La société s'est dotée d'un Code de conduite dans les affaires qui énonce les attentes de la société quant à la conduite adéquate et conforme à l'éthique de tous ses administrateurs et salariés. De plus, la société a mis en place un comité d'éthique et de conduite dans les affaires composé de membres de la haute direction, lequel contrôle l'observation du code et traite des questions qui surviennent en matière de conduite dans les affaires et d'éthique commerciale. La société a aussi une politique en matière de protection de la vie privée qui stipule son engagement quant à la protection du caractère confidentiel des renseignements personnels.

La société encourage la dénonciation des comportements contraire à l'éthique et a mis sur pied une ligne téléphonique anonyme sans frais qui peut être utilisée par les salariés afin de signaler des suspicions d'irrégularités dans les pratiques comptables, le contrôle interne ou la vérification et des conduites manquant d'éthique.

La société a adopté un code à l'intention des fournisseurs qui énonce les attentes de la société à l'égard des fournisseurs dans quelques domaines, y compris celui de la démarche sociale. Toute omission par la société d'appliquer ses politiques, la loi ou des pratiques commerciales éthiques pourrait porter atteinte de manière significative à sa réputation et à ses marques et pourrait donc avoir une incidence négative sur les résultats financiers de la société.

VI. RISQUES FINANCIERS ET D'EXPOLITATION ET GESTION DES RISQUES

Chaque année, la société procède à une évaluation des risques de l'entreprise (une « ERE ») afin de déterminer les principaux risques qu'elle encourt et elle évalue l'efficacité de la gestion des risques en ce qui a trait à chacun de ces risques. L'évaluation repose principalement sur des discussions menées avec les membres de la haute direction, lesquels évaluent les répercussions éventuelles des risques et la probabilité qu'un risque se matérialise. Les résultats de l'ERE servent à établir l'ordre de priorité des activités de gestion des risques, à affecter les ressources de façon efficace et à mettre en place un plan d'audit interne centré sur les risques. Les risques identifiés au cours de l'ERE sont présentés et discutés au comité de vérification.

Une description détaillée des risques et des stratégies de gestion des risques isolés dans l'ERE parmi lesquels tous et chacun peuvent avoir une incidence négative sur les résultats financiers, est présentée dans la section rapport de gestion. La société a en place des stratégies d'exploitation et de gestion des risques, y compris des programmes d'assurances qui contribuent à limiter la répercussion financière potentielle que comportent lesdits risques. Bien que la société a recours à des stratégies de minimisation desdits risques, pareilles stratégies ne garantissent pas que certains événements ou situations ne se produiront pas lesquels pourraient avoir une incidence négative sur la situation financière et la performance de la société. Une analyse détaillée des risques se posant à la société figure dans le rapport de gestion 2007 de Weston et concernant Loblaw dans le rapport de gestion 2007 de Loblaw, lesquels rapports de gestion sont intégrés aux présentes par renvoi.

VII. COMPOSITION DU CAPITAL-ACTIONS ET MARCHÉ POUR LES TITRES

Structure du capital

La structure du capital de Weston est composée d'actions ordinaires et d'actions privilégiées.

Actions ordinaires

Au 31 décembre 2007, on dénombrait 129 074 526 actions ordinaires en circulation. Il y a un nombre illimité d'actions ordinaires autorisées avec droit de vote, à raison d'un vote par action ordinaire. Les détenteurs d'actions ordinaires ont le droit, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions afférents à toute autre catégorie d'actions de la société, de recevoir tout dividende déclaré par la société et de recevoir à la dissolution de la société, le cas échéant, les biens qui lui restent.

Actions privilégiées – Série I

En date du 31 décembre 2007, on dénombrait 9 400 000 actions privilégiées sans droit de vote de Série I en circulation, 5,80 %, lesquelles donnent aux porteurs le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,45 \$ par action, par année. Weston peut, à son gré, racheter en espèces, en totalité ou en partie, ces actions privilégiées en circulation comme suit :

À compter du 15 décembre 2007, 25,75 \$ par action
À compter du 15 décembre 2008, 25,50 \$ par action
À compter du 15 décembre 2009, 25,25 \$ par action
À compter du 15 décembre 2010, 25,00 \$ par action

En tout temps après l'émission, Weston peut, à son gré, accorder aux porteurs de ces actions privilégiées le droit, au gré du porteur, de convertir leurs actions privilégiées en une autre série d'actions privilégiées désignées par Weston sur une base d'une action contre une autre action à une date établie par Weston. À la liquidation ou dissolution de Weston, chaque porteur d'actions privilégiées de Série I a droit, de façon préférentielle à tout autre paiement devant être effectué aux porteurs d'actions ordinaires, à 25 \$ par action plus un montant égal à tous les dividendes accumulés. Les porteurs d'actions privilégiées de Série I ne peuvent participer à aucune autre distribution des actifs de Weston.

Actions privilégiées – Série II

En date du 31 décembre 2007, on dénombrait 10 600 000 actions privilégiées sans droit de vote de Série II en circulation, 5,15 %, lesquelles donnent aux porteurs le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,2875 \$ par action, par année. À compter du 1^{er} avril 2009, Weston peut, à son gré, racheter en totalité ou en partie, en espèces ces actions privilégiées en circulation, au coût de 25 \$ par action. À compter du 1^{er} juillet 2009, ces actions privilégiées en circulation seront convertibles, au gré du porteur, en des actions ordinaires de Weston, déterminées en divisant 25 \$ par 2 \$ ou par 95 % du cours du marché alors des actions ordinaires de Weston, soit le plus élevé des deux montants. En tout temps après l'émission, Weston peut, à son gré, accorder aux porteurs de ces actions privilégiées le droit, au gré du porteur, de convertir leurs actions privilégiées en une autre série d'actions privilégiées désignées par Weston sur une base d'une action contre une autre action à une date établie par Weston. À la liquidation ou dissolution de Weston, chaque porteur d'actions privilégiées de Série II a droit, de façon préférentielle à tout autre paiement devant être effectué aux porteurs des actions ordinaires, à 25 \$ par action, plus un montant égal à tous les dividendes accumulés. Les porteurs d'actions privilégiées de Série II ne peuvent participer à aucune autre distribution des actifs de Weston.

Actions privilégiées – Série III

En date du 31 décembre 2007, on dénombrait 8 000 000 actions privilégiées sans droit de vote de Série III, 5,20% en circulation, lesquelles donnent aux porteurs le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,30 \$ par action par année. Weston peut, à son gré, racheter en espèces, en totalité ou en partie, ces actions privilégiées en circulation comme suit :

À compter du 1^{er} juillet 2010, 26,00 \$ par action
À compter du 1^{er} juillet 2011, 25,75 \$ par action
À compter du 1^{er} juillet 2012, 25,50 \$ par action
À compter du 1^{er} juillet 2013, 25,25 \$ par action
À compter du 1^{er} juillet 2014, 25,00 \$ par action

En tout temps après l'émission, Weston peut, à son gré, accorder aux porteurs de ces actions privilégiées le droit, au gré du porteur, de convertir leurs actions privilégiées en une autre série d'actions privilégiées désignées par Weston sur une base d'une action contre une autre action à une date établie par Weston. À la liquidation ou dissolution de Weston, chaque porteur d'actions privilégiées de Série III a droit, de façon préférentielle à tout autre versement devant être effectué aux porteurs d'actions ordinaires, à 25 \$ par action plus un montant égal à tous les dividendes accumulés. Les porteurs d'actions privilégiées de Série III ne peuvent participer à aucune autre distribution des actifs de Weston.

Actions privilégiées – Série IV

En date du 31 décembre 2007, on dénombrait 8 000 000 actions privilégiées sans droit de vote de Série IV, 5,20% en circulation, lesquelles donnent aux porteurs le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,30 \$ par action par année. Weston peut, à son gré, racheter en espèces, en totalité ou en partie, ces actions privilégiées en circulation comme suit :

À compter du 1^{er} octobre 2010, 26,00 \$ par action
À compter du 1^{er} octobre 2011, 25,75 \$ par action
À compter du 1^{er} octobre 2012, 25,50 \$ par action
À compter du 1^{er} octobre 2013, 25,25 \$ par action
À compter du 1^{er} octobre 2014, 25,00 \$ par action

En tout temps après l'émission, Weston peut, à son gré, accorder aux porteurs de ces actions privilégiées le droit, au gré du porteur, de convertir leurs actions privilégiées en une autre série d'actions privilégiées désignées par Weston sur une base d'une action contre une autre action à une date établie par Weston. À la liquidation ou dissolution de Weston, chaque porteur d'actions privilégiées de Série IV a droit, de façon préférentielle à tout autre versement devant être effectué aux porteurs d'actions ordinaires, à 25 \$ par action plus un montant égal à tous les dividendes accumulés. Les porteurs d'actions privilégiées de Série IV ne peuvent participer à aucune autre distribution des actifs de Weston.

Actions privilégiées – Série V

En date du 31 décembre 2007, on dénombrait 8 000 000 actions privilégiées sans droit de vote de Série V, 4,75% en circulation, lesquelles donnent aux porteurs le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,1875\$ par action par année. Weston peut, à son gré racheter en espèces, en totalité ou en partie, ces actions privilégiées en circulation comme suit :

À compter du 1^{er} juillet 2011, 26,00 \$ par action

À compter du 1^{er} juillet 2012, 25,75 \$ par action

À compter du 1^{er} juillet 2013, 25,50 \$ par action

À compter du 1^{er} juillet 2014, 25,25 \$ par action

À compter du 1^{er} juillet 2015, 25,00 \$ par action

En tout temps après l'émission, Weston peut, à son gré, accorder aux porteurs de ces actions privilégiées le droit, au gré du porteur, de convertir les actions privilégiées du porteur en une autre série d'actions privilégiées désignées par Weston sur une base d'une action contre une autre action à une date établie par Weston. À la liquidation ou dissolution de Weston, chaque porteur d'actions privilégiées de Série V a droit, de façon préférentielle à tout autre versement devant être effectué aux porteurs d'actions ordinaires, à 25 \$ par action plus un montant égal à tous les dividendes accumulés. Les porteurs d'actions privilégiées de Série V ne peuvent participer à aucune autre distribution des actifs de Weston.

Volume et cours des actions

Les actions ordinaires et privilégiées Série I, II, III, IV et V de Weston sont négociées et affichées à la Bourse de Toronto sous les symboles boursiers « WN », « WN.PR.A », « WN.PR.B », « WN.PR.C », « WN.PR.D », et « WN.PR.E » respectivement.

Les cours extrêmes de clôture mensuels et le volume quotidien moyen par mois transigé pour les actions ordinaires de la société, pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007 s'établissent comme suit :

Mois	Actions ordinaires		
	Haut (en dollar par action ordinaire)	Bas (en dollar par action ordinaire)	Volume moyen quotidien par mois (en actions)
Janvier	79,99	75,04	109 370
Février	79,87	70,75	157 459
Mars	73,50	70,11	150 567
Avril	83,90	70,45	118 498
Mai	77,37	74,50	98 274
Juin	80,20	71,51	196 041
Juillet	81,88	74,70	134 658
Août	77,24	70,32	148 353
Septembre	72,25	68,48	117 719
Octobre	71,85	67,87	80 525
Novembre	69,22	50,27	173 040
Décembre	55,99	49,74	152 567

Les cours extrêmes de clôture mensuels et le volume quotidien moyen par mois transigé pour les actions privilégiées Série I, II, III, IV et V pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007 s'établissent comme suit :

Mois	Actions privilégiées – Série I			Actions privilégiées – Série II			Actions privilégiées – Série III		
	Haut (\$ par action privilégiée)	Bas (\$ par action privilégiée)	Volume quotidien moyen par mois (en actions)	Haut (\$ par action privilégiée)	Bas (\$ par action privilégiée)	Volume quotidien moyen par mois (en actions)	Haut (\$ par action privilégiée)	Bas (\$ par action privilégiée)	Volume quotidien moyen par mois (en actions)
Janvier	26,30	25,75	3 581	26,55	26,20	1 923	26,30	26,05	3 453
Février	26,08	25,62	12 485	26,75	25,85	56 175	26,27	25,30	6 501
Mars	25,99	25,77	3 441	26,40	25,80	1 928	26,24	25,70	16 544
Avril	25,88	25,50	4 160	26,33	26,06	2 695	25,95	25,35	5 571
Mai	25,85	24,64	5 728	26,30	25,50	12 691	25,49	24,38	16 902
Juin	25,48	24,00	7 407	25,95	25,25	5 349	24,57	23,22	9 665
Juillet	25,30	24,17	5 901	25,99	25,10	9 688	23,79	21,72	8 590
Août	24,88	23,61	5 693	25,50	24,90	10 870	22,65	20,70	7 202
Septembre	24,74	23,66	4 961	25,50	25,11	2 116	22,46	21,15	6 543
Octobre	23,88	23,17	5 067	25,50	25,05	2 084	21,65	20,00	14 572
Novembre	23,58	18,50	19 205	25,50	24,25	11 613	20,57	16,85	22 736
Décembre	19,84	17,51	46 038	25,47	24,47	11 146	18,57	15,71	42 418

Mois	Actions privilégiées – Série IV			Actions privilégiées – Série V		
	Haut (\$ par action privilégiée)	Bas (\$ par action privilégiée)	Volume quotidien moyen par mois (en actions)	Haut (\$ par action privilégiée)	Bas (\$ par action privilégiée)	Volume quotidien moyen par mois (en actions)
Janvier	26,30	26,01	8 513	25,24	25,00	10 494
Février	26,27	25,41	13 263	25,15	24,61	30 153
Mars	26,09	25,62	9 291	25,25	24,80	11 062
Avril	25,98	25,40	10 489	25,00	24,51	13 581
Mai	25,55	24,00	20 115	24,80	22,74	9 743
Juin	24,48	23,28	7 631	22,95	20,93	14 970
Juillet	23,80	22,10	4 914	22,28	19,86	7 147
Août	22,72	21,23	5 863	20,99	19,09	6 809
Septembre	22,80	21,03	5 464	20,93	19,60	11 995
Octobre	21,63	20,15	12 400	20,55	18,00	20 225
Novembre	20,40	16,95	19 157	18,24	16,03	31 031
Décembre	18,57	16,00	33 346	17,54	15,00	44 654

Les débetures et billets moyen terme (« BMT ») en circulation de la société ne sont ni négociés, ni cotés sur une bourse reconnue.

Notation financière

Entre le deuxième trimestre 2007 et le 12 février 2008, la notation des BMT, débetures échangeables, autres billets et débetures et actions privilégiées de Weston ont été abaissés deux fois et les effets de commerce une fois par Dominion Bond Rating Service (« DBRS »). La notation des BMT, autres billets et débetures, actions privilégiées et effets de commerce ont été abaissés une fois par Standard & Poor's (S&P). Le tableau suivant présente les notations financières actuelles de Weston :

Notation et perspective (normes canadiennes)	Dominion Bond Rating Service		Standard & Poor's	
	Notation	Perspective	Notation	Perspective
Effets de commerce	R-2 (haut)	Stable	A-2	Sous surveillance avec implication négative
Billets à moyen terme	BBB	Stable	BBB	Sous surveillance avec implication négative
Débiteures échangeables	BBB (bas)	Stable		
Actions privilégiées	Pfd-3	Stable	P-3 (haut)	Sous surveillance avec implication négative
Autres billets et débiteures	BBB	Stable	BBB	Sous surveillance avec implication négative

Les agences de notation établissent leurs notations financières à partir de considérations quantitatives et qualitatives qui sont pertinentes à la société. Cette notation est prospective et a pour but de donner une indication du risque que la société ne remplira pas ses obligations en temps opportun. La notation financière peut ne pas refléter l'incidence potentielle de tous les risques sur la valeur des titres. Pareille notation ne représente pas une recommandation d'acquiescer, 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 de l'agence de notation.

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

Dominion Bond Rating Service

Effets de commerce

Les notations DBRS sur les effets de commerce ont une plage qui s'étend de R-1 (haut) à D. La notation R-2 (haut) se classe comme quatrième notation parmi les dix notations possibles pour la catégorie. La notation R-2 (haut) de la dette court terme se situe au haut de l'échelle de qualité de crédit acceptable. La capacité de repayer les obligations à terme demeure acceptable bien que dans l'ensemble la solidité et la perspective des ratios clés concernant les liquidités, la dette et la rentabilité ne sont pas aussi favorables qu'avec une catégorie de notation R-1 (bas). Pour ce qui a trait à cette dernière catégorie, d'autres situations défavorables incluent souvent des domaines comme ceux liés à la stabilité, la flexibilité financière ainsi que l'importance relative de l'entreprise et son positionnement dans le marché de son secteur d'industrie.

Dette à long terme (billets à moyen terme, autres billets et débentures)

Les notations DBRS sur la dette à long terme ont une plage qui s'étend de AAA à D. Chaque catégorie de notation est dénotée en sous catégories avec la mention « haut » ou « bas ». L'absence de la mention « haut » ou « bas » indique que la notation se situe au « centre » de la catégorie.

La notation BBB se classe comme quatrième notation parmi les dix notations possibles pour la catégorie. La notation « BBB » de la dette long terme est d'une qualité de crédit convenable. La protection du capital et des intérêts est considérée comme acceptable, mais l'entité est considérée comme étant quelque peu fragile lors de conjonctures économiques et financières défavorables, ou il peut exister d'autres éléments adverses qui affecteraient le degré de solidité de l'entité et de ses valeurs mobilières notées.

Débentures échangeables

La notation BBB se classe comme quatrième notation parmi les dix notations possibles pour la catégorie. La notation « BBB » de la dette long terme est d'une qualité de crédit convenable. La protection du capital et des intérêts est considérée comme acceptable, mais l'entité est considérée comme étant quelque peu fragile lors de conjonctures économiques et financières défavorables, ou il peut exister d'autres éléments adverses qui affecteraient le degré de solidité de l'entité et de ses valeurs mobilières notées.

Actions privilégiées

Les notations DBRS sur les actions privilégiées ont une plage qui s'étend de Pfd-1 à D. La notation Pfd-3 se classe comme troisième notation parmi les six notations possibles pour la catégorie. La notation « Pfd-3 » de l'action

privilégiée est d'une qualité de crédit convenable. Bien que la protection des dividendes et du capital demeure acceptable, l'entité émettrice est davantage exposée aux indices défavorables de la conjoncture financière et économique, et d'autres circonstances défavorables peuvent diminuer la protection de la dette. Généralement, les notes « Pfd-3 » correspondent aux sociétés dont les obligations prioritaires se retrouvent au haut de la catégorie « BBB ».

DBRS utilise les « perspectives de notation » pour ses notations dans le secteur des entreprises. Les perspectives de notation donnent une représentation quant à l'opinion de DBRS à l'égard de la perspective d'avenir de la notation en question. Les perspectives de notation comportent trois catégories - « positive », « stable » ou « négative ». Les perspectives de notation indiquent l'opinion de DBRS sur la direction que prend la notation si la tendance se maintient ou dans certains cas si les défis ne sont pas relevés. Règle générale, l'opinion de DBRS est basée en premier lieu sur une évaluation de l'entité émettrice, mais peut également inclure une appréciation de la perspective d'avenir de l'industrie ou des industries parmi lesquelles l'entité émettrice opère.

Une perspective négative ou positive n'est pas une indication qu'un changement de notation est imminent. Cependant une perspective négative ou positive représente une indication qu'il y a plus forte chance que la notation change que si une perspective stable était assignée à la valeur mobilière.

DBRS assigne une perspective de notation pour chaque valeur mobilière d'une entité émettrice et il n'est pas rare que différentes valeurs mobilières d'une même entité émettrice aient des perspectives différentes.

Standard & Poor's

Effets de commerce

Les notations canadiennes Standard & Poor's sur les effets de commerce ont une plage qui s'étend de A-1 à D. La notation A-2 se classe comme quatrième notation parmi les huit notations possibles pour la catégorie. Une obligation à court terme notée A-2 confirme une aptitude satisfaisante de l'obligataire au service normal de la dette bien que quelque peu plus exposée aux indices défavorables de la conjoncture financière et économique, et d'autres circonstances défavorables que les obligations se trouvant dans la catégorie de notation A-1 (bas). Les obligations notées A-2 sur l'échelle canadienne des effets de commerce qualifierait à une notation A-2 sur l'échelle mondiale Standard & Poor's de notation à court terme.

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

Les notations financières Standard & Poor's sur les billets à long terme ont une plage qui s'étend de AAA à D. La notation BBB se classe comme quatrième notation parmi les dix notations possibles pour la catégorie. Une note BBB sur des obligations confirme que les paramètres de protection sont convenables. Toutefois, des conditions économiques défavorables ou des situations changeantes sont plus susceptibles d'entraîner une diminution de la capacité à respecter ses engagements financiers. Les notations de AA à CCC peuvent être modifiées par l'addition d'un signe plus (+) ou d'un signe moins (-) afin de démontrer la position relative à l'intérieur des catégories de notation d'importance.

Actions privilégiées

Les notations canadiennes Standard & Poor's sur les actions privilégiées ont une plage qui s'étend de P-1 à D. La notation P-3 (haut) se classe comme troisième notation parmi les huit notations possibles pour la catégorie L'obligation se situant dans la catégorie de notation P-3 (haut) est moins vulnérable à non-

paiement que d'autres émissions spéculatives. Toutefois, l'obligation affronte des incertitudes soutenues et est exposé à des conditions d'affaires, financières ou économiques défavorables pouvant le conduire à un niveau de capacité à s'acquitter de ses engagements financiers qui est inacceptable.

Une perspective de notation Standard & Poor's établit l'orientation potentielle à moyen terme (habituellement une période de six mois à deux ans) de la notation à long terme. Dans le processus pour déterminer la perspective de notation, les changements de la conjoncture économique et conditions d'affaires sont pris en considération. Une perspective n'est pas nécessairement le précurseur d'un changement dans la notation ou d'une « mise sous surveillance ». Une perspective négative signifie que la notation peut être abaissée.

Une mise sous surveillance Standard & Poor's met en évidence l'orientation potentielle d'une notation court terme ou long terme. Elle cerne les événements prévisibles et tendances à court terme qui entraînent la mise sous surveillance spéciale des notations par l'équipe d'analystes S&P. Pareils événements peuvent inclure : fusion, refonte de capital, référendum des votants, mesures de réglementation ou évolution anticipée des activités d'exploitation. Les notations figurent à la « mise sous surveillance » lorsqu'un pareil événement se produit ou une déviation d'une tendance se produit et que des renseignements supplémentaires sont nécessaires pour évaluer la notation actuelle. Une inscription ne signifie toutefois pas qu'un changement de notation est inévitable et, lorsque possible, une fourchette de notations de remplacement sera présentée. La mise sous surveillance n'est pas destinée à inclure toutes les notations subissant un examen et des changements de notation peuvent se produire même si celles-ci n'ont pas figuré au préalable à la « mise sous surveillance ». La désignation « positive » signifie qu'une notation peut être haussée, la désignation « négative » signifie qu'une notation peut être abaissée et la désignation « indéterminée » signifie qu'une notation peut être haussée, abaissée ou confirmée.

VIII. DIVIDENDES

La déclaration et le versement de dividendes sont laissés à la discrétion du conseil d'administration qui tient en compte des résultats financiers de la société, des besoins en immobilisation, de la trésorerie disponible et d'autres facteurs que le conseil d'administration considère pertinents de temps à autre. À long terme, la politique de Weston en matière de dividendes sur les actions ordinaires consiste à maintenir des versements de dividendes ordinaires équivalant à environ 20 % à 25 % du bénéfice net de base ajusté de l'exercice précédent provenant des activités poursuivies, par action ordinaire¹. Présentement, il n'y a aucune restriction empêchant la société de verser des dividendes à ses niveaux historiques.

Restrictions

En vertu du billet à ordre 12,70 %, échéant le 8 novembre 2030, Weston est assujettie à des restrictions qui l'empêchent de verser des dividendes en espèces sur ses actions ordinaires si la mesure des capitaux propres de la société se retrouve sous la barre de certains niveaux prédéterminés. À ce jour, Weston n'a jamais été empêchée de verser des dividendes en espèces parce qu'elle ne satisfaisait pas à cette exigence et ne prévoit pas être dans l'impossibilité de répondre à cette restriction dans l'avenir.

Dividendes versés au cours des années précédentes

Les dividendes sont déclarés et versés à chaque trimestre. Le montant de dividendes en espèces déclaré pour les actions ordinaires et privilégiées au cours des trois dernières années est comme suit :

Dividendes déclarés par action (en dollars)	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Actions ordinaires	1,44	1,44	1,44
Actions privilégiées Série I	1,45	1,45	1,45
Actions privilégiées Série II	1,29	1,29	1,29
Actions privilégiées Série III	1,30	1,30	0,92
Actions privilégiées Série IV	1,30	1,30	0,54
Actions privilégiées Série V	1,19	0,83	s. o.

Postérieurement à la fin de l'exercice 2007, le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 0,36 \$ par action ordinaire, payable le 1^{er} avril 2008.

¹ Consulter la mesure financière non conforme aux PCGR à la rubrique « Bénéfice net de base par action ordinaire ajusté » à la page 58 du rapport de gestion

IX. ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

Liste des administrateurs et membres de la direction en date du 12 mars 2008.

Administrateurs

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis :</u>
W. Galen Weston, O.C. ^{1*} (Ontario) Canada	Président du conseil et président, George Weston limitée	1967
Stephen E. Bachand, ^{3,5} (Floride) États-Unis	Administrateur de sociétés	2007
A. Charles Baillie ^{2#3} (Ontario) Canada	Président du conseil de l'Alberta Investment Management Company (une société d'investissements)	2003
Peter B. M. Eby ^{1,2,3*} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2000
Phillip W. Farmer ^{2,5} (Floride) États-Unis	Administrateur de sociétés	2003
Anne L. Fraser ^{5*} (Colombie-Britannique) Canada	Administratrice de sociétés	1995
Anthony R. Graham ^{1,3,4*} (Ontario) Canada	Président, Wittington Investments, Limited (une société portefeuille)	1996
Allan L. Leighton (Ontario) Canada	Vice-président du conseil George Weston limitée Vice-président du conseil Les Compagnies Loblaw limitée	2006
Isabelle Marcoux ² (Québec) Canada	Vice-présidente du conseil et vice présidente au développement de Transcontinental inc. (une société d'imprimerie et d'édition)	2008
J. Robert S. Prichard, O.C., O.Ont ^{3,4} (Ontario) Canada	Président et chef de la direction, Torstar Corporation (société de communication dans les domaines de la presse, de l'édition et de la télédiffusion)	2000
Thomas F. Rahilly ^{2,4} (Ontario) Canada	Administrateur de sociétés	2007
M.D. Wendy Rebanks ⁵ (Ontario) Canada	Administratrice de sociétés	1994

- * Président de comité
- 1. Comité de direction
- 2. Comité de vérification
- 3. Comité de la gouvernance d'entreprise, des ressources humaines, des mises en candidature et de la rémunération
- 4. Comité de la retraite et des avantages sociaux
- 5. Comité de l'environnement et de la santé et sécurité

Tous les administrateurs restent en fonction jusqu'à la clôture de la prochaine assemblée annuelle des actionnaires de la société ou jusqu'à ce que leurs remplaçants soient dûment élus ou nommés.

Membres de la direction

<u>Nom, province et pays de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>
W. Galen Weston, O.C. (Ontario) Canada	Président du conseil et président
Allan L. Leighton (Ontario) Canada	Vice-président du conseil
Robert G. Vaux (Ontario) Canada	Chef de la direction financière
Gordon A.M. Currie (Ontario) Canada	Vice-président exécutif, secrétaire et chef du service juridique
Louise M. Lacchin (Ontario) Canada	Vice-présidente exécutive, finances & planification
Robert A. Balcom (Ontario) Canada	Vice-président principal, conseiller juridique et secrétaire adjoint
Roy R. Conliffe (Ontario) Canada	Vice-président principal, relations du travail
Manny DiFilippo (Ontario) Canada	Vice-président principal, gestion des risques et services d'audit
J. Bradley Holland (Ontario) Canada	Vice-président principal, fiscalité
Lucy J. Paglione (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, retraite et avantages sociaux
Franca Smith (Ontario) Canada	Vice-présidente principale, contrôleur
Geoffrey H. Wilson (Ontario) Canada	Vice-président principal, services communs

Tous les administrateurs et cadres dirigeants susdits occupent leur fonction actuelle ou d'autres postes auprès de la même société ou de sociétés ou organismes associés depuis cinq ans, à l'exception des personnes suivantes : M. Gordon A.M. Currie, qui avant septembre 2005 était vice-président principal et chef du service juridique de Direct Energy; M. A. Charles Baillie qui était auparavant président du conseil de la Banque Toronto-Dominion et auparavant président et chef de la direction de cette banque; et M. Phillip W. Farmer qui était auparavant président du conseil, président et chef de la direction d'Harris Corporation située à Melbourne (Floride).

En date du 31 décembre 2007, M. W. Galen Weston détenait en propriété réelle directement ou indirectement 80 720 448 ou 62,5 % des actions ordinaires émises et en circulation de la société. Les autres administrateurs et cadres dirigeants de la société collectivement détenaient en propriété réelle

directement ou indirectement ou exerçaient le contrôle ou avaient la haute main sur moins de 1 % des actions ordinaires émises et en circulation de la société.

M. A. Charles Baillie, un administrateur de sociétés, était administrateur de Dana Corporation lorsqu'elle a déposé le 3 mars 2006, en vertu du chapitre 11 du code américain sur la faillite, des requêtes pour une réorganisation volontaire. Les filiales européennes, sud-américaines, asiatiques (Pacifique), canadiennes et mexicaines de Dana ne sont pas visées par les requêtes déposées en vertu du chapitre 11. Dana s'est libérée avec succès en janvier 2008 des procédures de faillite.

M. Vaux, le chef de la direction financière de la société, était membre du conseil d'administration de Noble China Inc. jusqu'à sa démission en novembre 2002. En 2005, Noble China fut l'objet d'une dissolution par la cour suite à une réorganisation dans le cadre de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies*.

M. Leighton, le vice-président du conseil d'administration de Loblaw, était membre du conseil d'administration de Leeds United, PLC lorsque ladite société fut l'objet de procédures de faillite.

X. ACTIONS EN JUSTICE

La société, dans le cours usuel de ses activités, est nommée partie défenderesse dans des actions en justice ou peut entamer des actions en justice contre des tiers. Il y a actuellement une poursuite d'importance dans laquelle Loblaw et Weston sont nommées parties défenderesses. Ladite poursuite est décrite ci-dessous.

Au cours du premier trimestre 2007, Weston et Loblaw, deux des 17 parties défenderesses, ont reçu signification d'une poursuite intentée devant la Cour supérieure de l'Ontario par certains bénéficiaires d'un régime de retraite multipatronal auquel participent les employés de Loblaw ainsi que les employés de ses franchisés indépendants. Dans leur poursuite contre les employeurs et fiduciaires du régime de retraite multipatronal, les parties demanderesses allèguent dans leur déclaration que les actifs dudit régime ont été mal gérés et réclament entre autres des dommages-intérêts d'un milliard de dollars. L'action est structurée comme un recours collectif de façon à représenter tous les bénéficiaires du régime de retraite multipatronal. La société a récemment reçu un avis de la part de l'avocat des parties défenderesses indiquant que ce dernier a reçu de la part de son client l'instruction de discontinuer l'action prise contre les employeurs, y compris, la société. L'action contre les fiduciaires se poursuit et l'un des fiduciaires, un membre de la direction de Loblaw, peut être en droit de recevoir une indemnisation de la part de Loblaw.

Le 7 mars 2007, à la suite d'une transaction aux termes de laquelle Domtar a été absorbée par l'entreprise de papier fin Weyerhaeuser Inc., les actions ordinaires de Domtar ont été échangées soit pour un nombre égal d'actions échangeables de Domtar (Canada) Paper Inc. soit pour des actions ordinaires de la Domtar Corporation, une société du Delaware. L'entente d'achat d'actions régissant la vente de juin 1998 d'E.B. Eddy Paper, Inc. par Weston à Domtar (l'« EAA »), prévoit une clause de variation de prix. L'EAA prévoit, sous réserve d'un nombre restreint d'exceptions, qu'advenant l'acquisition ultérieure par quiconque de plus de 50 % des actions votantes en circulation de Domtar, la clause de variation du prix s'applique. La société est d'avis qu'une variation du prix de l'ordre de 110 millions de dollars lui est payable par Domtar et la société a mis en demeure Domtar de verser pareil paiement. Domtar est de l'avis que la variation du prix d'achat ne s'applique pas car une exception prévue à l'EAA s'applique. La société a entamé une poursuite contre Domtar pour 110 millions de dollars. Les parties se sont respectivement communiqué plaidoyer et procédures écrites.

XI. CONTRATS D'IMPORTANCE

La société a conclu une entente avec sa filiale Compagnies Loblaw concernant la prestation réciproque de certains services administratifs. Les services à fournir aux termes de ladite entente comprennent des services liés à la gestion des produits de base, aux prestations de retraite et avantages, à la fiscalité, aux soins médicaux, aux déplacements, au système de gestion des données, à la gestion des risques, à la trésorerie et aux questions juridiques. Les sociétés se versent trimestriellement les paiements en fonction des coûts réels qu'entraîne la fourniture desdits services. Lorsque les services sont fournis au bénéfice conjoint de la société et des Compagnies Loblaw, chaque partie verse la part appropriée de pareils coûts.

XII. OPÉRATIONS ENTRE PERSONNES APPARENTÉES

L'actionnaire majoritaire de la société, Wittington Investments, Limited (« Wittington ») et les sociétés du même groupe sont des personnes apparentées. La société conclut dans le cours normal des affaires des opérations routinières avec lesdites personnes apparentées, y compris la location auprès de Wittington d'espaces de bureaux aux conditions du marché. La société et Wittington font de temps à autre des choix permis ou requis aux termes des lois de l'impôt sur le revenu concernant les sociétés du groupe et en conséquence, il arrive que des ententes sont conclues à pareil égard. Pareils choix et ententes connexes n'ont pas d'incidences significatives sur la société.

Les opérations entre personnes apparentées conclues entre la société et Loblaw incluent : achats d'inventaire, ententes de partage de coûts, affaires immobilières, emprunts et prêts, questions de fiscalité, contrats de gestion ainsi que l'entente ci-haut mentionnée concernant les services administratifs.

La politique de la société consiste à mener les opérations et à acquitter tous les soldes dus aux termes de ces opérations entre personnes apparentées selon les conditions du marché.

De plus amples renseignements sur les opérations entre personnes apparentées se trouvent dans le rapport de gestion qui est intégré aux présentes par renvoi.

XIII. AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT COMPTABLE DES REGISTRES

L'agent des transferts et agent comptable des registres de Loblaw est Services aux investisseurs Computershare Inc. et il est situé à Toronto, Canada.

XIV. EXPERTS

KMPG s.r.l./s.e.n.c.r.l. est le vérificateur de la société et a produit le Rapport des vérificateurs aux actionnaires eu égard aux états financiers consolidés annuels vérifiés de la société. KMPG s.r.l./ s.e.n.c.r.l. est indépendant de la société au sens des Rules of Professional Conduct du Institute of Chartered Accountants of Ontario.

XV. RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ DE VÉRIFICATION

La charte exposant le mandat du comité de vérification, telle qu'approuvée par le conseil le 11 mars 2007, est incluse à l'Annexe A. Les membres du comité de vérification sont mentionnés ci-dessous. Tous les membres du comité de vérification sont indépendants et ont des compétences financières [au sens des termes définis dans le Règlement (ailleurs qu'au Québec : Instruction générale) 52-110 des Autorités canadiennes en valeurs mobilières] et leurs antécédents et qualifications professionnels en rapport à leur rôle à titre de membre du comité de vérification sont comme suit :

M. Baillie était auparavant président du conseil et chef de la direction de la Banque Toronto-Dominion. Il détient un diplôme M.B.A. de la Harvard Business School et est un Fellow du Institute of Canadian Bankers.

M. Eby a été vice-président du conseil et administrateur de Nesbitt Burns Inc. Il détient un diplôme B.Comm. de l'Université de Toronto et un diplôme M.B.A. de l'Université de Californie-Berkeley.

M. Farmer est le président du conseil, président et chef de la direction à la retraite d'Harris Corporation. Il détient un diplôme B.Sc. de l'université Duke.

Mme Marcoux est vice-présidente du conseil et vice-présidente au développement de Transcontinental inc. Elle détient un diplôme LL.B. en droit civil ainsi qu'un B.A. en sciences politiques et économiques de l'Université McGill.

M. Rahilly est vice-président de RBC Marchés des Capitaux Inc., une division opérationnelle de la Banque Royale du Canada. Il détient un diplôme B.A., un diplôme LL.B. et un diplôme M. A. de l'Université de Toronto.

XVI. HONORAIRES DE VÉRIFICATION EXTERNE

L'ensemble des honoraires versés à KPMG s.r.l./s.e.n.c.r.l. pour services professionnels nécessaires à la vérification des états financiers de la société et pour autres services rendus au cours des exercices 2007 et 2006 se répartit comme suit :

	2007	2006
	(en milliers de dollars)	(en milliers de dollars)
Honoraires de vérification ⁽¹⁾	4 343	3 947
Honoraires pour services afférents à la vérification ⁽²⁾	2 654	1 570
Honoraires pour services-conseils en fiscalité ⁽³⁾	169	179
Tous les autres honoraires ⁽⁴⁾	86	228
Total des honoraires	7 252 \$	5 924 \$

(1) Les honoraires de vérification incluent les honoraires pour services rendus à l'occasion de la vérification des états financiers consolidés de la société.

- (2) Les honoraires pour services afférents à la vérification incluent la certification et les services afférents qui sont effectués par le vérificateur de la société. Ces services incluent l'examen des résultats trimestriels communiqués aux actionnaires, la vérification des régimes de retraite, les lettres d'accord présumé et l'interprétation des normes en matière de comptabilité et communication de l'information financière.
- (3) Les honoraires pour services-conseils en fiscalité incluent les honoraires pour la fourniture d'aide relativement à des questions touchant la planification fiscale.
- (4) Autres honoraires liés à la gestion des risques, à la conformité des contrôles internes, à l'observation des lois et/ou règlements.

La charte exposant le mandat du comité de vérification prévoit que tout service non lié à la vérification rendu par le vérificateur doit être approuvé au préalable par le comité de vérification. Le comité de vérification peut déléguer à un ou plusieurs de ses membres, le pouvoir d'approuver au préalable tout service non lié à la vérification devant être rendu par le vérificateur, dans la mesure permise par la loi.

XVII. RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

1. Des renseignements supplémentaires, incluant la rémunération et les prêts consentis aux administrateurs et membres de la direction, les principaux porteurs de titres de la société, et le cas échéant, les titres dont l'émission est autorisée en vertu des régimes de rémunération à base d'actions figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations par la direction de la société aux fins de l'assemblée annuelle des actionnaires qui se tiendra le 13 mai 2008. Des renseignements financiers supplémentaires sont également fournis dans les états financiers consolidés de Loblaw et dans le rapport de gestion pour l'exercice qui vient de terminer.
2. Des informations supplémentaires émises par la société ont été transmises par l'intermédiaire du Système électronique de données, d'analyse et de recherche (SEDAR) disponible en ligne au www.sedar.com. L'adresse Internet de la société est le www.weston.ca
3. Des informations supplémentaires émises par Compagnies Loblaw ont été déposées auprès de SEDAR et auprès du bureau du surintendant des institutions financières (BSIF), organisme de réglementation principal de la filiale de Loblaw, la Banque le Choix du Président. L'adresse Internet de Loblaw est le www.loblaw.ca