Un avenir durable guidé par nos valeurs

Rapport sur le développement durable pour l'exercice financier 2021 d'Empire Company Limited et de Sobeys inc.

Sommaire

Messages de la direction 3

Lettre de notre président et chef de la direction 4
Foire aux questions sur la stratégie commerciale en matière de développement durable d'Empire 5

À propos du rapport 12

Renseignements prospectifs 13

Le développement durable chez Empire 14

Approche en matière de développement durable 14
Importance relative 18
Gouvernance et gestion des risques 23

Réponse à la COVID-19 26

Nos gens 28

Diversité, équité et inclusion 28
Investissement communautaire 32
Santé, sécurité et bien-être 37
Perfectionnement et expérience de nos équipes 42
Expérience client et fidélisation 45

Notre planète 47

Plastiques et emballages 47
Gaspillage alimentaire 52
Initiatives environnementales 56

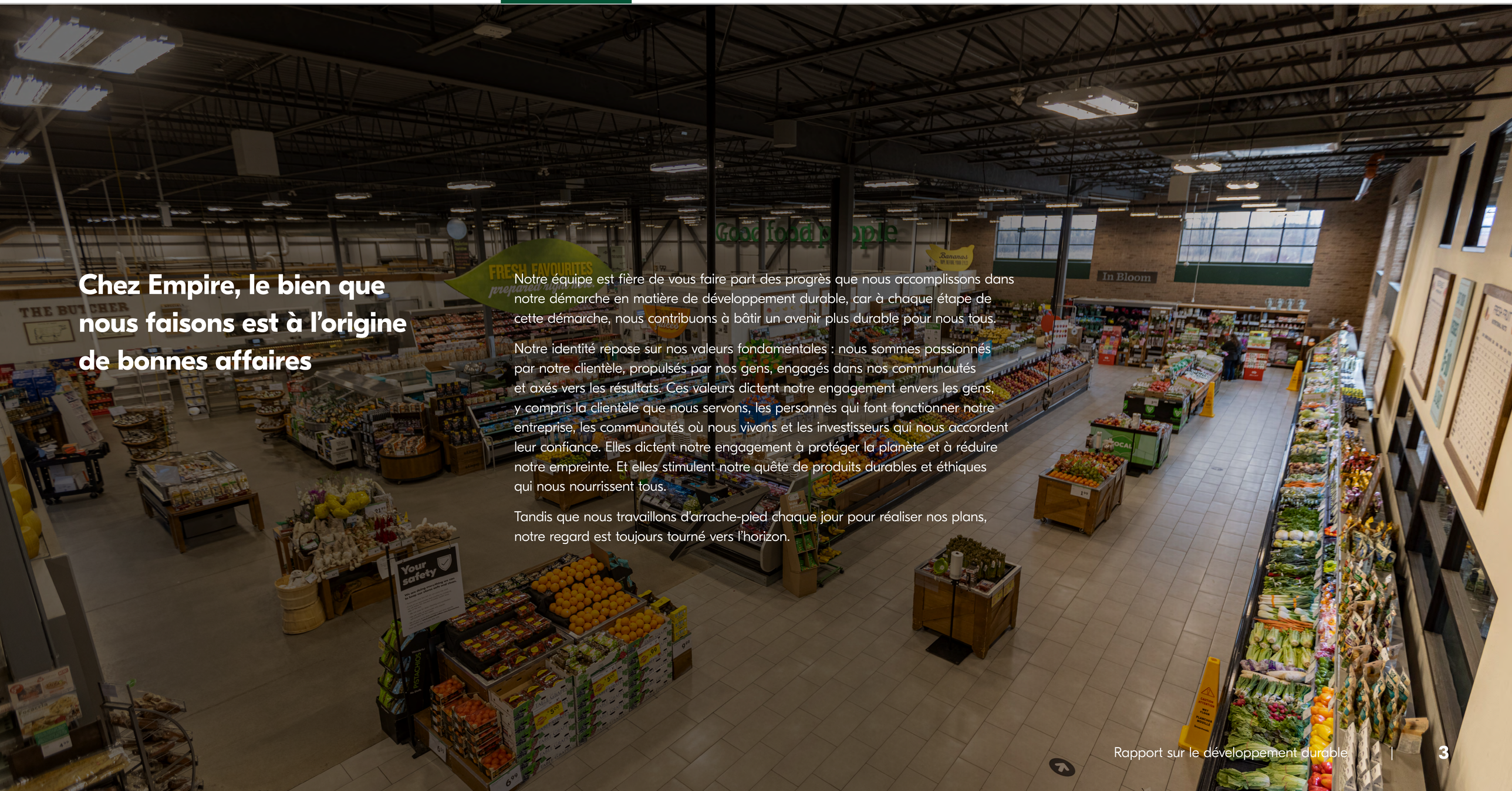
Nos produits 62

Approvisionnement responsable 62
Partenaires fournisseurs 68
Qualité et salubrité des produits 72
Santé et nutrition 75

À propos de nous 77

Notre stratégie 78
Faits saillants financiers 79

Annexe 80



Chez Empire, le bien que nous faisons est à l'origine de bonnes affaires

Notre équipe est fière de vous faire part des progrès que nous accomplissons dans notre démarche en matière de développement durable, car à chaque étape de cette démarche, nous contribuons à bâtir un avenir plus durable pour nous tous.

Notre identité repose sur nos valeurs fondamentales : nous sommes passionnés par notre clientèle, propulsés par nos gens, engagés dans nos communautés et axés vers les résultats. Ces valeurs dictent notre engagement envers les gens, y compris la clientèle que nous servons, les personnes qui font fonctionner notre entreprise, les communautés où nous vivons et les investisseurs qui nous accordent leur confiance. Elles dictent notre engagement à protéger la planète et à réduire notre empreinte. Et elles stimulent notre quête de produits durables et éthiques qui nous nourrissent tous.

Tandis que nous travaillons d'arrache-pied chaque jour pour réaliser nos plans, notre regard est toujours tourné vers l'horizon.

Lettre de notre président et chef de la direction

Les attentes des membres de nos équipes, de la clientèle et des investisseurs en matière de conscience sociale ou de pratiques durables continuent de croître et d'évoluer, et à juste titre. Les gestionnaires doivent être agiles pour s'assurer que nous pouvons défendre nos valeurs, faire ce qu'il faut et bâtir un avenir solide sous le signe d'un capitalisme plus bienveillant.

Je crois fermement qu'un capitalisme plus bienveillant ne nuit en rien aux meilleurs aspects du capitalisme. Afin de redonner aux communautés, d'attirer la clientèle et les actionnaires en tant que marque phare, d'attirer des employés, de prendre de l'expansion et de croître, les entreprises doivent être rentables et offrir une valeur exceptionnelle à leurs actionnaires. Les entreprises saines profitent à l'économie et favorisent la concurrence et l'innovation. Toutefois, la clientèle souhaite aussi manifestement que les entreprises prennent les devants et jouent un rôle plus actif pour faire du monde un endroit meilleur. En tant que gestionnaires, nous travaillons à trouver un équilibre entre les priorités relatives aux affaires et la santé communautaire. Par exemple, au cours des quatre dernières années, notre entreprise a fait croître ses profits et s'est agrandie et renforcée tout en adhérant aux principes de conscience sociale.

Nous continuerons d'apprendre et d'évoluer au fil du temps. Au cours de l'exercice 2023, nous lancerons notre prochaine stratégie de développement durable sur trois ans, qui mettra davantage l'accent sur des aspects importants comme la réduction des déchets et des plastiques, les changements climatiques, la diversité, l'équité et l'inclusion et l'accroissement de l'impact communautaire.

Chez Empire, « nous sommes une famille qui nourrit l'esprit de famille », et nos valeurs nous propulsent vers l'avant. Cette année, nous faisons passer notre rapport sur le développement durable à un autre niveau en publiant notre premier tableau de divulgation conformément au registre du Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Cette divulgation fournit des données transparentes sur les progrès d'Empire en ce qui a trait aux principaux facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance de notre entreprise et de notre industrie.

Comme le démontre notre rapport sur le développement durable pour l'exercice financier 2021, Empire comprend qu'investir de façon significative dans nos employés, nos communautés et notre planète représente plus que la mise en pratique de nos valeurs; c'est aussi bon pour les affaires, car cela améliore la rentabilité et le rendement des actionnaires.

Je sais que nous avons encore beaucoup de pain sur la planche, et je vous invite à me faire part de vos réflexions et de vos commentaires sur la façon dont nous pouvons continuer de nous améliorer.

Michael Medline
Président et chef de la direction
Empire Company Limited

Août 2021

Foire aux questions sur la stratégie commerciale en matière de développement durable d'Empire

avec Mohit Grover, vice-président principal, innovation, développement durable et stratégie, Empire Company Limited

Août 2021

Selon vous, quelle est la caractéristique la plus unique de l'approche d'Empire en matière de développement durable?

Les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) sont profondément ancrés dans notre histoire et ils font partie intégrante de notre entreprise depuis la création de Sobeys il y a 114 ans à Stellarton, en Nouvelle-Écosse. Nos valeurs ont toujours guidé nos engagements ESG et toute notre équipe — de notre conseil d'administration à nos collègues de première ligne — appuie les trois piliers de notre cadre de développement durable : nos gens, notre planète et nos produits.

En plus de la supervision assurée par notre conseil d'administration et nos équipes de direction, nous disposons d'un Comité directeur national du développement durable, présidé par notre président et chef de la direction, qui établit nos priorités et approuve nos stratégies et nos plans d'action. À titre de dirigeant responsable du développement durable, une partie importante de mon rôle consiste à m'assurer que notre approche est conforme à la stratégie d'affaires et intégrée à toutes nos activités.

Quels progrès réalisez-vous en ce qui a trait aux facteurs ESG?

Maintenant que le leadership et la responsabilisation en matière de développement durable sont bien ancrés dans notre approche de gouvernance, nous avons enrichi nos actuelles et nouvelles initiatives ESG au cours des dernières années en mettant sur pied une équipe spécialisée. Cette dernière relève 12 directement du président et chef de la direction, qui supervise la réalisation de nos objectifs, y compris la mise en place de mécanismes normalisés pour la production de rapports et les divulgations, lorsque nécessaire.

Au cours de l'exercice financier 2021, nous avons poursuivi notre parcours de développement durable en améliorant notre compréhension des enjeux ESG importants qui ont une incidence sur nos activités et qui importent le plus pour nos parties prenantes, ainsi qu'à la divulgation de nos indicateurs clés de performance, conformément à la norme Food Retailers & Distributors Standard du Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Foire aux questions sur la stratégie commerciale en matière de développement durable d'Empire

avec Mohit Grover, vice-président principal, innovation, développement durable et stratégie, Empire Company Limited

Août 2021

Sur quoi avez-vous concentré vos efforts pendant l'exercice 2021?

Comme le montre ce rapport, nous avons mis l'accent sur toute une gamme d'initiatives essentielles dans le cadre de notre démarche ESG continue. Nous sommes très fiers du travail que nous accomplissons en matière de diversité au sein de notre organisation, et nous consolidons nos efforts pour cultiver un environnement juste, équitable et inclusif pour tous. Nous poursuivons également nos efforts pour éliminer le plastique évitable de nos activités, en mettant l'accent sur le plastique évitable et difficile à recycler que nous achetons pour nos magasins et qui est inclus dans les emballages de Nos marques. L'équipe a aussi entrepris une évaluation approfondie de nos émissions de gaz à effet de serre (GES) dans l'ensemble de l'entreprise, afin d'établir un inventaire de ces gaz, en utilisant l'exercice 2019 comme base de référence. Cela nous fournira des bases solides pour établir des objectifs et réduire notre empreinte globale.

Quels sont les nouveaux enjeux à surveiller?

Diverses parties prenantes nous ont fait part des enjeux qui les préoccupent — des enjeux qui nous tiennent également à coeur. En ce qui concerne les enjeux émergents, nous améliorons notre compréhension des risques et des lacunes sur les sujets qui préoccupent le plus nos parties prenantes et notre organisation, comme l'utilisation et la gestion de l'eau dans nos activités, ainsi que la biodiversité dans notre chaîne d'approvisionnement et sur nos sites. Dans le domaine de la gestion des produits chimiques, nous avons pris des mesures importantes, comme l'utilisation de papier pour caisse enregistreuse sans BPA et la transition vers le papier sans BPA/BPS dans nos magasins Safeway en 2021. Nous cherchons également des moyens de favoriser une chaîne d'approvisionnement plus juste et éthique en établissant des directives et des attentes claires auprès de nos partenaires fournisseurs relativement à de graves problèmes mondiaux et à des enjeux réglementaires.

Comment avez-vous adapté votre approche au niveau de la production de rapports?

Cette année, nous avons fait un grand pas dans le cadre de notre approche de divulgation axée sur les données, et nous sommes déterminés à continuer d'améliorer nos divulgations au cours des prochaines années. Par conséquent, en plus des normes SASB, nous envisageons d'intégrer d'autres cadres et normes à nos prochains rapports.

Nous savons que nous avons du travail à faire pour recueillir des données afin d'établir des objectifs précis dans des domaines prioritaires clés comme les plastiques à usage unique et les émissions de GES. Conformément à notre engagement à faire preuve d'ouverture et de transparence, au cours de l'exercice 2022, nous serons également très déterminés à établir des objectifs ambitieux mais réalisables.

À l'interne, nous intégrons à certains de nos mandats de développement durable des objectifs de gestion de la performance à l'intention de l'équipe de la haute direction, et nous accordons des primes et des incitatifs selon les résultats obtenus. C'est formidable de constater le niveau de maturité et de concertation des efforts déployés à l'interne. Je suis très fier du travail que tous les membres de notre organisation accomplissent pour réaliser nos objectifs se rapportant aux enjeux ESG.

Nos gens

Nous mettons l'accent sur le développement et l'habilitation d'une équipe diversifiée et inclusive pour aider notre clientèle et nos communautés à s'épanouir.

Diversité, équité et inclusion
Investissement communautaire
Santé, sécurité et bien-être
Perfectionnement et expérience de nos équipes
Expérience client et fidélisation

Notre planète

Nous réduisons notre empreinte et nous agissons contre les changements climatiques pour protéger notre planète pour les générations futures dans le cadre du programme **FaireNotrePart**MD.

Plastiques et emballages
Gaspillage alimentaire
Initiatives environnementales

Nos produits

Nous nous assurons de **FaireNotrePart**MD en offrant à notre clientèle des choix de produits durables et éthiques.

Approvisionnement responsable
Partenaires fournisseurs
Qualité et salubrité des produits
Santé et nutrition

Faits saillants du rapport sur le développement durable pour l'exercice financier 2021

Nos gens

Créer et renforcer un environnement de travail diversifié, équitable et inclusif pour aider notre clientèle et nos communautés à demeurer fortes et en santé.

Diversité, équité et inclusion

7

partenariats stratégiques contribuent à faire progresser notre stratégie et nos engagements en matière de diversité, d'équité et d'inclusion.

Nous avons notamment conclu des partenariats stratégiques avec l'Initiative BlackNorth, le Conseil canadien pour l'entreprise autochtone (CCEA), le Canadian Aboriginal and Minority Supplier Council (CAMSC), Catalyst, la campagne Dear Everybody de l'hôpital Holland Bloorview, Fierté au travail Canada et le Centre

34 %

Représentation féminine de 34 % au sein de la haute direction (vice-présidentes principales et vice-présidentes)

Au cours de l'exercice 2021, la représentation des femmes au niveau de la haute direction (vice-présidentes principales et vice-présidentes) est passée à environ 34 %, soit un taux de croissance annuel de 6 %. Au niveau de la direction, la représentation des femmes est passée à environ 37 %, un taux de croissance annuel de 8 %.

Plus de 600

dirigeants de nos bureaux, de nos centres de distribution, de nos magasins et de nos franchisés ont suivi la formation de base sur l'inclusion consciente afin de préparer le terrain pour une formation à l'échelle de l'entreprise.

Au cours de l'exercice 2021, nous avons déployé notre programme de formation sur l'inclusion. Cette expérience d'apprentissage interactive sensibilise les membres de nos équipes et fournit des outils pratiques pour atténuer les répercussions des préjugés inconscients dans la prise de décisions et les interactions en milieu de travail. Elle a par ailleurs constitué un fondement essentiel pour établir des attentes claires quant à la culture sécuritaire et inclusive que nous voulons instaurer pour nos collègues.

Investissement communautaire

3,4 millions

de dollars ont été donnés par l'entreprise et recueillis dans la communauté pour soutenir notre initiative La santé mentale chez les jeunes : Toute une famille pour les soutenir.

Au cours de l'exercice 2021, en collaboration avec la Fondation Sobey, nous avons lancé cette initiative pour appuyer 15 programmes d'intervention précoce en santé mentale auprès de 13 fondations hospitalières pour enfants au Canada.

13,3 millions

de repas rendus possibles partout au Canada grâce à nos divers partenariats communautaires.

Notre collecte annuelle des Fêtes pour les banques alimentaires est l'une des nombreuses façons dont nous collaborons avec notre clientèle et plus de 1 500 magasins pour lutter contre l'insécurité alimentaire dans les communautés de partout au Canada.

140

organismes communautaires soutenus par le Fonds d'action communautaire.

Le Fonds d'action communautaire a été lancé au cours de l'exercice 2020 dans le cadre de notre réponse à la pandémie de COVID-19. Il a été maintenu durant l'exercice 2021 afin de fournir à nos magasins des fonds dont ils peuvent faire don immédiatement à leur communauté. En tant qu'experts sur le terrain, nos magasins constatent d'eux-mêmes les besoins de leur communauté.

Notre planète

Réduire notre empreinte, agir face aux changements climatiques et FaireNotrePart^MD pour protéger notre planète pour les générations futures.

PLASTIQUES ET EMBALLAGES

800 millions

de sacs en plastique à usage unique ont été retirés de la circulation dans nos magasins partout au Canada.

Dans huit cas sur dix, nos clients apportent leurs sacs réutilisables ou n'utilisent aucun sac lorsqu'ils font des achats dans nos magasins.

GASPILLAGE ALIMENTAIRE

24 %

Réduction de 24 % des surplus alimentaires générés par pied carré dans nos magasins de détail (depuis 2016).

Nous progressons dans notre démarche visant à réduire de 50 % la quantité de déchets alimentaires dans nos activités d'ici 2025.

INITIATIVES ENVIRONNEMENTALES

14 000

arbres plantés en partenariat avec One Tree Planted

Nous avons travaillé en partenariat avec One Tree Planted pour planter des arbres partout au Canada dans le cadre de nos efforts visant à lutter contre les changements climatiques. Jusqu'à présent, nous avons pris l'engagement de planter plus de 44 000 arbres.

Produits

Nous nous assurons de FaireNotrePart[MD] en offrant à notre clientèle des choix de produits durables et éthiques.

100 %

de l'huile de palme utilisée dans Nos marques est certifiée durable.

En date de décembre 2020, 98,6 % de l'huile dans les produits Nos marques était de l'huile de palme certifiée durable entièrement traçable. Le 1,4 % restant a été certifié à l'aide de crédits.

96 %

des fruits de mer frais et surgelés Nos marques (en poids) sont certifiés durables par un organisme indépendant ou recommandés par Ocean Wise.

96 % des fruits de mer frais et surgelés Nos marques (en poids) offerts en magasin sont certifiés durables (p. ex., Marine Stewardship Council, Aquaculture Stewardship Council et Best Aquaculture Practices) ou recommandés par Ocean Wise.

58 %

Augmentation de 58 % sur 12 mois du nombre de femmes propriétaires ou dirigeantes au sein de notre réseau de partenaires fournisseurs locaux.

Nous sommes fiers d'avoir fait passer le nombre de partenaires fournisseurs locaux comptant des femmes propriétaires ou dirigeantes de 142 à 225 durant l'exercice 2021.

À propos du rapport

Portée du rapport

Le présent rapport porte sur l'exercice financier 2021, soit du 3 mai 2020 au 1er mai 2021, sauf indication contraire.

Limites du rapport

Le présent rapport rend compte de la performance d'Empire Company Limited et de Sobeys inc., une filiale en propriété exclusive dont le siège social est situé à Stellarton, en Nouvelle-Écosse. Ce groupe comprend la famille de bannières Sobeys inc., y compris Sobeys, Safeway, IGA, Farm Boy, Foodland, FreshCo, Thrifty Foods, Voilà et Lawton's Drugs, pour un total de plus de 1 500 magasins, 24 centres de distribution et 350 postes d'essence dans dix provinces canadiennes et plus de 134 000 employés.

Sauf indication contraire, les données figurant dans le rapport reflètent toutes les activités de Sobeys inc.

L'achat de Longo's a été conclu après la fin de l'exercice financier 2021 et n'a donc pas été inclus dans le présent rapport, sauf indication contraire.

Méthodologie du rapport

Ce rapport est soumis à la divulgation en vertu de la norme Food Retailers and Distributors du Sustainability Accounting Standards Board (SASB), **disponible ici**. En tant qu'organisme indépendant d'établissement de normes, le SASB a publié des normes sectorielles pour permettre aux entreprises du monde entier de définir, de gérer et de communiquer des renseignements financiers importants sur le développement durable à leurs investisseurs.

Importance relative

L'information contenue dans ce rapport repose sur les sujets jugés les plus importants pour la performance de Sobeys inc., comme décrit **ici**. Les sujets ont été choisis dans le cadre d'une évaluation approfondie de l'importance relative effectuée au cours de l'exercice financier 2021, laquelle impliquait une mobilisation importante des parties prenantes, un examen des meilleures pratiques des secteurs de l'épicerie et de la vente au détail au Canada et dans le monde, de même qu'un examen des cadres de production de rapports sur le développement durable, comme la Global Reporting Initiative (GRI) et la norme Food Retailers & Distributors Standard du Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Nos données sur les émissions de gaz à effet de serre (GES) pour les déclarations des émissions de portée 1, 2 et 3 ont été préparées par un consultant tiers. Vous trouverez les méthodes et les données de comptabilisation des GES **ici**. Les sources d'information citées en référence qui ne sont pas directement liées à Sobeys inc. sont indiquées aux pages pertinentes.

Ce document a été révisé à l'interne, mais n'a été ni certifié ni audité par un tiers. Nous avons déployé tous les efforts possibles pour assurer l'exactitude de l'information présentée, mais nous avons parfois dû nous baser sur des hypothèses éclairées et des opinions.

Rétroaction

Pour toute question connexe et pour obtenir de l'information sur les plus récentes mises à jour concernant nos programmes et nos engagements, veuillez envoyer un courriel à **investor.relations@empireco.ca**

Rétroaction

Pour en savoir plus sur la raison d'être et les valeurs de notre entreprise, visitez le **https://corporate.sobeys.com/fr/notre-objectif/**

Renseignements prospectifs

Le présent document renferme des énoncés prospectifs qui sont présentés dans le but d'aider le lecteur à mettre en contexte la situation financière d'Empire et de Sobeys inc. (« la Société ») et à comprendre les attentes de la direction quant au programme de développement durable. Ces énoncés prospectifs peuvent ne pas être appropriés à d'autres fins. Les énoncés prospectifs se reconnaissent à l'utilisation de mots ou d'expressions tels que « estimer », « planifier », « prévoir », « anticiper », « s'attendre à », « croire », « avoir l'intention de », « pouvoir », « projeter » et d'autres expressions semblables ainsi que leur forme négative.

Ces énoncés prospectifs comprennent, sans s'y limiter, les éléments suivants :

- La Société prévoit de réduire le gaspillage alimentaire de 50 % d'ici 2025, mais plusieurs facteurs pourraient avoir des répercussions sur cet objectif, notamment la pandémie de COVID-19 et des changements dans le comportement des clients;
- La Société prévoit d'éliminer les sacs en plastique de toutes ses bannières, mais un changement dans le comportement des consommateurs en raison de la COVID-19 et la capacité de l'entreprise à offrir une solution de rechange aux sacs en plastique sont des facteurs qui pourraient avoir des répercussions sur cet objectif.

En raison de leur nature, les énoncés prospectifs exigent que la Société pose des hypothèses et sont assujettis à des incertitudes et à des risques intrinsèques, ainsi qu'à d'autres facteurs qui pourraient causer un écart significatif entre les résultats réels et les énoncés prospectifs. Pour obtenir un supplément d'information sur les risques, les incertitudes et les hypothèses pouvant avoir une incidence sur les énoncés prospectifs de la Société, veuillez vous reporter aux documents déposés par la Société auprès des commissions des valeurs mobilières du Canada, et notamment à la rubrique « Gestion du risque » du rapport de gestion annuel 2021 de la Société.

Bien que la Société soit d'avis que les prédictions, les prévisions, les attentes ou les conclusions indiquées dans les énoncés prospectifs sont raisonnables, elle ne peut donner aucune garantie quant à leur exactitude. Les lecteurs sont avisés de bien examiner les risques, les incertitudes et les hypothèses lorsqu'ils évaluent les énoncés prospectifs et de ne pas se fier outre mesure à ces renseignements. Les énoncés prospectifs contenus dans ce document reflètent les attentes actuelles de la Société, sous réserve de modifications. La Société ne s'engage pas à mettre à jour les énoncés prospectifs qui pourraient être diffusés par la Société ou au nom de celle-ci, sauf si les lois sur les valeurs mobilières applicables l'exigent.

Mesures financières et paramètres financiers non conformes aux PCGR

Certaines mesures et certains indicateurs mentionnés dans ce rapport n'ont pas de définition normalisée selon les principes comptables généralement reconnus (PCGR) et pourraient donc ne pas se prêter à une comparaison avec les mesures et indicateurs nommés de la même façon et présentés par d'autres sociétés ouvertes. La Société inclut ces mesures et indicateurs parce qu'elle estime que certains investisseurs s'en servent pour évaluer leur performance financière. Les mesures financières non conformes aux PCGR sont définies par Empire comme suit :

- Le bénéfice avant intérêts, impôts et dotations aux amortissements (BAIIDA) est calculé comme des bénéfices nets avant les charges financières, la charge d'impôts de l'exercice, la provision pour dépréciation et l'amortissement des biens incorporels.
- Le BAIIA ajusté exclut certains éléments pour mieux analyser les tendances en matière de rendement. Ces ajustements permettent d'obtenir une représentation économique plus comparable. Le BAIIA ajusté est rapproché avec le BAIIA dans sa sous-section respective de la section « Résultats d'exploitation - Année complète du « rapport de gestion pour les années concernées. Le BAIIA ajusté pour le secteur de la vente au détail de produits alimentaires est rapproché avec le BAIIA dans la section « Rapprochements du secteur alimentaire » du rapport de gestion pour les années applicables.
- Le bénéfice net ajusté est le bénéfice net, attribuable aux propriétaires de la société, excluant certains éléments afin de mieux analyser les tendances en matière de performance et de résultats financiers. Ces ajustements permettent d'obtenir une représentation économique plus comparable de l'activité sous-jacente. Le bénéfice net ajusté est rapproché du bénéfice net dans sa sous-section respective de la section « Résultats d'exploitation - Année complète » du rapport de gestion pour les années applicables. Le bénéfice net ajusté du secteur de la vente au détail de produits alimentaires est rapproché avec le bénéfice net dans la section « Rapprochements du secteur alimentaire » du rapport de gestion pour les années concernées.

Le développement durable chez Empire

Approche en matière de développement durable

Nous nous concentrons sur les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) qui importent le plus à nos parties prenantes, en veillant à mettre en oeuvre la bonne approche en matière d'importance relative, de stratégie et de gouvernance pour continuer de progresser dans notre parcours de développement durable. En cours de route, nous nous engageons à faire preuve d'ouverture quant à nos objectifs, à nos progrès, à nos réussites et aux domaines où nous avons encore du travail à accomplir.

Aller de l'avant avec notre stratégie

Au cours des dernières années, notre stratégie en matière de développement durable a été axée sur la construction de bases solides. Nous avons élaboré un cadre de développement durable fondé sur nos piliers (nos gens, notre planète et nos produits) et nous avons mis sur pied des équipes robustes et spécialisées pour diriger nos activités et respecter nos engagements relatifs à chacun de ces piliers. Nous avons pris des mesures pour nous assurer de suivre le rythme de secteurs clés de notre industrie, y compris les poissons et fruits de mer durables et le bien-être animal. Nous avons également partagé des histoires sur nos progrès dans notre premier **Rapport sur la responsabilité d'entreprise** Nous présentons par ailleurs notre approche à notre clientèle par l'entremise de canaux comme le blogue **FaireNotrePart**[MD], lancé durant l'exercice financier 2021.

Mobilisation des intervenants

La mobilisation efficace et significative de notre communauté diversifiée de parties prenantes représente un aspect essentiel de nos activités. Nous définissons les parties prenantes comme des groupes ou des personnes qui sont touchés par nos activités et notre stratégie d'entreprise et qui, à leur tour, ont une incidence sur notre réussite commerciale. Il est essentiel pour notre réussite d'écouter nos actionnaires, nos collègues, notre clientèle, nos partenaires fournisseurs, nos communautés, les organisations non-gouvernementales (ONG) et le gouvernement, d'échanger avec eux et d'apprendre d'eux. Nous dépendons de ces relations de collaboration et nous nous efforçons de répondre aux besoins de nos parties prenantes sur les sujets et les enjeux les plus importants. Nous comptons sur nos intervenants pour contribuer à notre évaluation de l'importance relative, éclairer notre stratégie et fournir des commentaires sur nos actions.

Engagement des parties prenantes

Principales parties prenantes	Notre engagement	Principales préoccupations et intérêts	Faits saillants de notre engagement pour l'exercice 2021
Actionnaires	Assemblée générale annuelle des actionnaires Communication directe avec les investisseurs, y compris des conférences avec les investisseurs, des appels trimestriels sur les bénéfices et des rapports financiers Boîte de réception des relations avec les investisseurs : **investor.relations@empireco.ca**	• Gouvernance et divulgation ESG • Éthique des affaires • Changements climatiques • Diversité, équité et inclusion • Bien-être animal et produits responsables • Sécurité de l'approvisionnement en eau • Droits de la personne	Nous reconnaissons l'importance d'un engagement solide et cohérent auprès de nos actionnaires. Notre direction collabore toute l'année avec un vaste éventail de parties prenantes, notamment des actionnaires, des investisseurs à revenu fixe, des agences en conseil de vote et des actionnaires potentiels. Au cours de l'exercice 2021, nous avons assisté à quatre conférences virtuelles de l'industrie et tenu plus de 200 réunions d'investisseurs institutionnels avec la direction.
Employés (magasins corporatifs et franchisés, exploitation de détail et bureaux)	Intranet et groupes de médias sociaux fermés Comités de travail sur des projets Séances de discussion ouverte et messages de la direction Sondages internes (p. ex. sondage d'opinion semestriel) Séances d'éducation et de sensibilisation Communication par courriel	• Éthique des affaires • Diversité, équité et inclusion • Qualité et salubrité des produits • Santé, sécurité et bien-être • Expérience client et mobilisation • Droits de la personne • Sécurité et confidentialité des données	En réponse à la pandémie de COVID-19, nous avons resserré nos protocoles de santé et de sécurité, lancé des programmes de dépistage rapide, élargi notre couverture d'avantages sociaux et instauré le Programme de primes pour nos héros et des primes de confinement — des primes offertes pendant les périodes de confinement imposées par le gouvernement qui ont entraîné la fermeture de tous les commerces de détail non essentiels. Nous avons également lancé un nouveau site Web bilingue pour soutenir le bien-être mental de nos employés de première ligne.
Clientèle	**FaireNotrePart.ca** Expérience en magasin et comptoirs de service à la clientèle dans chaque magasin Service à la clientèle par téléphone et par courriel pour les bannières nationales et régionales Sondages nationaux et régionaux sur le développement durable Groupes de discussion de consommateurs(trices) Messages figurant sur les reçus de caisse Sondages sur la satisfaction de la clientèle Médias sociaux	• Gaspillage alimentaire • Plastiques et emballages • Investissement communautaire • Bien-être animal • Changements climatiques • Approvisionnement responsable • Droits de la personne	Nous avons lancé notre site Web **FaireNotrePart.ca** pour aider notre clientèle à comprendre le rôle qu'elle joue dans notre démarche en matière de développement durable.

Engagement des parties prenantes

Partenaires fournisseurs	Processus d'intégration des fournisseurs Communication régulière avec les gestionnaires de catégories et les équipes d'approvisionnement Sondages auprès des fournisseurs	• Éthique des affaires • Approvisionnement responsable • Qualité et salubrité des produits • Plastiques et emballages • Changements climatiques • Diversité, équité et inclusion • Gaspillage alimentaire	Nous avons corédigé et proposé un Code de pratiques pour l'approvisionnement des épiceries en collaboration avec Food, Health and Consumer Products of Canada (FHCP).
Communautés	Expériences en magasin Ouvertures de magasins Partenariats avec des organismes locaux Fonds d'action communautaire Médias sociaux	• Investissement communautaire • Diversité, équité et inclusion • Gaspillage alimentaire • Plastiques et emballages	Nous avons lancé l'initiative La santé mentale chez les jeunes : Toute une famille pour les soutenir; 3,4 millions de dollars ont été donnés par l'entreprise et recueillis dans la communauté au cours de l'exercice 2021. Nous nous sommes également associés à Second Harvest pour déployer un programme national de récupération alimentaire dans toutes nos épiceries et tous nos centres de distribution, afin de réduire les répercussions environnementales du gaspillage alimentaire et de soutenir les communautés locales partout au Canada.
ONG	Rencontres et courriels avec des responsables au sein des trois piliers Associations sectorielles et rencontres de l'industrie Partenariats Médias sociaux	• Bien-être animal • Produits responsables • Diversité, équité et inclusion • Investissement communautaire • Gaspillage alimentaire • Droits de la personne	Nous avons soutenu plus de 140 organismes par l'entremise du Fonds d'action communautaire; mise de l'avant d'initiatives en matière de diversité, d'équité et d'inclusion grâce à des partenariats et à des programmes offerts en collaboration avec des organismes comme l'Initiative BlackNorth, le Conseil canadien pour l'entreprise autochtone, le Canadian Aboriginal and Minority Supplier Council, la campagne « Dear Everybody » de l'hôpital Holland Bloorview, le Centre canadien pour la diversité et l'inclusion, Catalyst et Fierté au travail Canada.
Gouvernement	Consultations auprès de l'industrie Partenaires des relations gouvernementales Mobilisation directe des décideurs et des fonctionnaires	• Santé, sécurité et bien-être • Qualité et salubrité des produits • Éthique des affaires • Plastiques et emballages • Santé et nutrition • Approvisionnement responsable • Droits de la personne	Nous avons collaboré avec le gouvernement en ce qui a trait à la réponse et à la relance liées à la COVID-19, l'étiquetage nutritionnel et la réglementation sur l'interdiction des plastiques.

FaireNotrePart[MD]

Interagir avec notre clientèle

Nous voulons que notre clientèle soit fière et inspirée par le rôle qu'ils jouent dans notre démarche en matière de développement durable. Comme c'est le cas pour toutes nos méthodes de travail, une partie importante de notre approche consiste à discuter avec notre clientèle et à leur donner les outils dont ils ont besoin pour faire leur part.

Pour faire progresser ces discussions, nous avons lancé au cours de l'exercice 2021 **FaireNotrePart[MD]**, un blogue destiné à la clientèle qui présente nos initiatives en matière de développement durable en action. La clientèle a accès à **FaireNotrePart[MD]** par l'entremise de notre site Web d'entreprise et des sites Web de nos bannières, de même que par divers canaux numériques. Le blogue utilise une approche journalistique pour dévoiler les coulisses de nos initiatives clés, comme notre travail pour éliminer les sacs en plastique dans nos magasins, et il braque les projecteurs sur ces initiatives en mettant en vedette nos collègues, notre clientèle et les membres de la communauté qui y participent.

Importance relative

Se concentrer sur ce qui compte le plus

Pour être une entreprise durable et incarner nos valeurs, nous ne pouvons pas agir uniquement à l'égard des enjeux qui nous semblent importants. Il est essentiel de prendre connaissance des sujets qui préoccupent nos parties prenantes et de les comprendre.

C'est pourquoi, au cours de l'exercice 2021, nous avons entrepris une évaluation de l'importance relative afin de cerner et de classer par ordre de priorité les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) qui revêtent la plus grande importance pour nos parties prenantes et qui influenceront la réussite de notre entreprise à long terme. Nous avons d'abord dressé une liste de 18 enjeux du point de vue de la clientèle, des partenaires fournisseurs, des investisseurs et des gestionnaires d'entreprise à titre de parties prenantes clés au sein de notre entreprise. Nous avons également procédé à un examen des meilleures pratiques des secteurs de l'épicerie et de la vente au détail, de même que des cadres de production de rapports sur le développement durable, comme la Global Reporting Initiative (GRI) et la norme Food Retailers & Distributors Standard du Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

À la lumière de cette évaluation, nous avons cerné les 18 sujets importants suivants en ce qui a trait aux enjeux ESG :

Nos gens

- Santé, sécurité et bien-être
- Investissement communautaire
- Perfectionnement et expérience de nos équipes
- Diversité, équité et inclusion
- Expérience client et fidélisation

Notre planète

- Changements climatiques
- Gestion de l'énergie
- Gaspillage alimentaire
- Plastiques et emballages

Nos produits

- Qualité et salubrité des produits
- Santé et nutrition
- Approvisionnement responsable
- Droits de la personne
- Bien-être animal

Gouvernance

- Gouvernance responsable
- Éthique des affaires
- Sécurité et confidentialité des données
- Gestion de crises et de risques

Lisez la définition de chacun de ces sujets. **En savoir plus**

Évaluation de l'importance relative

Nous avons communiqué avec nos parties prenantes internes et externes afin de recueillir leur point de vue sur les 18 sujets importants et de déterminer les enjeux les plus importants pour elles. Pour ce faire, nous avons mené un sondage interne auprès des membres de notre équipe, consulté les gestionnaires de l'exploitation de détail et de la fonction de bureau, et mené un sondage externe auprès de nos fournisseurs et partenaires. Cinq autres groupes de discussion ont eu lieu avec des parties prenantes internes de l'ensemble de l'entreprise et une séance de travail a été menée avec notre équipe de direction. Les résultats d'un sondage national sur le développement durable mené auprès de 6 500 clients de toutes les bannières d'épicerie ont permis de mieux cerner l'importance relative de ces sujets pour eux.

À l'aide des données quantitatives et qualitatives recueillies, une liste de 18 sujets a été classée en fonction de leur importance pour nos parties prenantes (c.-à-d. le potentiel du sujet à façonner les opinions et les décisions des parties prenantes au sujet de nos activités) et de leur influence perçue sur le succès commercial (c.-à-d. le potentiel du sujet à influer sur la croissance organisationnelle, les coûts ou la confiance). Selon le processus de consultation des parties prenantes et de validation, la liste de 18 sujets importants a été regroupée en une liste de 15 sujets et les sujets ont été intégrés à la matrice d'importance relative en fonction de leur importance relative pour les parties prenantes et de leur influence sur le succès commercial de chaque sujet.

Matrice d'importance relative — Enjeux ESG prioritaires pour l'exercice 2021

En consultant nos intervenants, nous avons également recueilli de nouvelles connaissances sur ce que les gens savent de notre démarche en matière de développement durable jusqu'à présent et sur les domaines où nous devons concentrer nos efforts pour les prochaines étapes :

- **Les enjeux varient selon le groupe d'intervenants :** Les parties prenantes internes ont classé les sujets liés aux « personnes » et aux « produits » comme étant les plus importants pour les activités de Sobeys, tandis que les parties prenantes externes ont accordé la priorité aux sujets environnementaux.
- **Nos points forts :** La plupart des parties prenantes externes et internes conviennent que nous faisons une différence en matière d'engagement communautaire, de diversité, d'équité et d'inclusion.
- **Domaines à cibler davantage :** Nous devons fixer l'ordre de priorité des mesures à prendre en ce qui a trait aux possibilités d'amélioration, renforcer notre performance actuelle et demeurer fidèles à nos valeurs et à notre culture. Par exemple, en ce qui concerne les plastiques et les emballages, nous avons la possibilité d'accroître la portée de notre impact en établissant un objectif de réduction.

Cette évaluation de l'importance relative a non seulement permis de définir les sujets
que nous avons choisi d'inclure dans notre rapport sur le développement durable cette année, mais nous a aussi permis de faire des apprentissages qui seront essentiels pour définir les domaines sur lesquels nous nous concentrerons dans notre nouvelle stratégie de développement durable à long terme qui sera élaborée au cours de l'exercice 2022.

[1] Les changements climatiques sont liés aux gaz à effet de serre (GES) et à la gestion de l'énergie.

[2] L'approvisionnement responsable englobe les droits de la personne et le bien-être animal.

Les trois grands enjeux

Déjà, les travaux relatifs à notre évaluation de l'importance relative nous ont permis de mieux comprendre trois des grands enjeux qui préoccupent nos intervenants, qui comptent beaucoup pour nous et qui sont essentiels à la création d'un avenir durable et inclusif pour tous :

Diversité, équité et inclusion (DEI) :

De récents mouvements sociaux ont recentré l'attention sur l'ampleur et la persistance du racisme systémique et individuel et d'autres formes de préjugés. En 2020, nous avons élargi notre stratégie et nos engagements en matière de diversité et d'inclusion afin d'appuyer un mandat d'inclusion pour tous. Nous nous engageons à faire en sorte que notre engagement en matière de diversité, d'équité et d'inclusion fasse partie de tout ce que nous faisons. Nos milieux de travail ont un rôle de premier plan à jouer pour faire progresser la diversité, l'équité et l'inclusion en veillant à ce que nos équipes reflètent la diversité de notre pays et les forces qui en découlent. De plus, nous savons que des équipes diversifiées, équitables et inclusives offrent également un avantage concurrentiel et favorisent une plus grande mobilisation, productivité et résilience et permettent d'obtenir de meilleurs résultats. Chez Empire et Sobeys inc., nous prenons des mesures proactives pour tenter d'éliminer les préjugés, la discrimination systémique et le racisme au sein de notre entreprise.

Plastiques et emballages :

Bien que le plastique soit efficace pour protéger nos aliments, sa mauvaise réputation n'est plus à faire. C'est la durabilité même des plastiques et des autres types d'emballages à usage unique qui font de ces matériaux un problème mondial. Plus de la moitié des plastiques et des emballages sont utilisés une fois puis jetés. Les Canadiens produisent environ 3 millions de tonnes de déchets plastiques chaque année, ce qui contribue aux 300 millions de tonnes de déchets plastiques produits à l'échelle mondiale. Plus de 150 millions de tonnes de ces déchets se retrouvent dans des décharges chaque année, et 8 millions de tonnes pénètrent dans notre environnement naturel, notamment dans les rivières, les ruisseaux et les océans, sous forme de microplastiques et de déchets. Prenons l'exemple des sacs en plastique : selon le gouvernement canadien, 15 milliards de sacs en plastique sont utilisés au pays chaque année, et bien qu'un sac en plastique moyen soit utilisé pendant seulement 12 minutes, il prend plus de 500 ans à se décomposer dans les sites d'enfouissement. Depuis quelques années, nous sommes de plus en plus conscients des répercussions néfastes des plastiques et des emballages sur notre climat et notre environnement. Les entreprises comme la nôtre ont un rôle important à jouer pour façonner les politiques, influencer les fournisseurs et mettre en place des processus qui facilitent la réduction, la réutilisation et le recyclage et favorisent des économies circulaires. Nous ouvrons la voie en ce qui a trait à la réduction des emballages et des plastiques à usage unique, grâce à des initiatives comme l'élimination des sacs en plastique dans nos magasins partout au pays.

Investissement communautaire :

Il y a une raison pour laquelle le dicton « Plus forts ensemble » trouve écho chez tant de personnes dans différents milieux. Nos communautés sont confrontées à des défis qui ne peuvent être résolus que par des mesures collectives. Récemment, nous avons constaté que la mobilisation et la collaboration à l'échelle communautaire ont été essentielles pour traverser la pandémie de COVID-19, favoriser l'harmonisation des mesures et des objectifs en matière de santé publique, de même que pour inspirer de nouveaux partenariats et de nouvelles coalitions entre les entreprises, les organismes du secteur public et les groupes communautaires. En investissant dans des communautés fortes, nous créons des retombées sociales, nous offrons des solutions plus efficaces et nous renforçons la confiance, ce qui nous aide à créer des liens entre des personnes et des groupes qui n'étaient pas en contact auparavant. L'investissement communautaire est l'une de nos valeurs fondamentales. Nous croyons que l'investissement communautaire nous aide tous à être plus forts durant les bonnes périodes, ainsi qu'à être mieux préparés à nous adapter aux défis que nous partageons et à les surmonter.

Production de rapports sur nos progrès

Notre rapport sur le développement durable pour l'exercice 2021 représente la prochaine étape de notre démarche en matière de développement durable. Nous avons beaucoup travaillé au cours de la dernière année pour améliorer la collecte et l'analyse des données environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) dans l'ensemble de notre entreprise.

Il s'agit de la première fois que nous publions un rapport conformément à la norme du secteur des détaillants et des distributeurs alimentaires du Sustainable Accounting Standards Board (SASB). Cette approche donne à nos investisseurs un aperçu de la façon dont nous gérons et mesurons les enjeux ESG les plus pertinents pour notre secteur. Pour en savoir plus, consultez notre **registre du SASB pour l'exercice 2021** et nos **données sur la performance en matière de développement durable**.

Nous dévoilons plus de renseignements sur nos cibles et objectifs actuels afin d'améliorer la façon dont nous partageons nos priorités et notre performance à long terme. Notre nouvelle stratégie d'entreprise durable, qui sera achevée à l'exercice 2022, renforcera davantage nos engagements et nos objectifs.

Bâtir une entreprise durable

Nous savons que la prise de mesures responsables pour gérer les enjeux ESG créera de la valeur à long terme et assurera la durabilité de notre entreprise pendant des décennies. Notre stratégie d'entreprise, appelée Projet Horizon, est un plan de croissance ambitieux qui repose sur nos valeurs. Au cours de l'exercice 2021, dans le cadre de l'évaluation de l'importance relative, notre équipe de direction a examiné un large éventail d'enjeux ESG qui sont importants pour nos parties prenantes et pour notre succès à long terme. En tant qu'organisation, nous avons indiqué dans les présentes comment chaque enjeu ESG s'harmonise avec le Projet Horizon et comment les mesures prises à cet égard créent une valeur commune pour nos parties prenantes, notre entreprise et nos actionnaires.

En savoir plus sur le **Projet Horizon**

Gouvernance et gestion des risques

Gestion du développement durable

La surveillance des enjeux ESG présentés dans le présent rapport est assurée par le comité de direction, le comité de la gouvernance d'entreprise et de la responsabilité sociale, et le conseil d'administration. Chaque trimestre, le comité de la gouvernance d'entreprise et de la responsabilité sociale du conseil d'administration est informé de tous les enjeux ESG. Les trois piliers — nos gens, notre planète et nos produits — sont régis et gérés par la haute direction de notre entreprise, au moyen de la formation d'équipes internes spécialisées, dont trois Conseils de la diversité et de l'inclusion, le Comité directeur du développement durable, le Comité des affaires réglementaires et diverses équipes des programmes d'investissement communautaire. Nos équipes spécialisées des trois piliers sont responsables de l'élaboration et de la gestion quotidienne de nos initiatives ESG. Leurs tâches comprennent la détermination, la surveillance et la mise en oeuvre d'initiatives touchant à la gestion des risques, au respect de nos engagements et à la déclaration des indicateurs clés et de l'atteinte de nos objectifs. Notre structure de gouvernance assure une surveillance rigoureuse de nos stratégies, la prise des mesures nécessaires et une responsabilisation dans l'exécution.

Structure de la gouvernance des enjeux ESG

Conseil d'administration d'Empire – Comité de la gouvernance d'entreprise et de la responsabilité sociale

- Assumer la responsabilité de l'intendance de l'entreprise
- Assurer la supervision des enjeux ESG

Mises à jour trimestrielles

Chef de la direction et comité de direction

- Fournir des recommandations stratégiques sur les enjeux ESG
- Superviser les initiatives clés

Haute direction (vice-présidents principaux et vice-présidents pour chaque pilier)

- Établir une orientation stratégique et des objectifs
- Permettre aux équipes spécialisées de mettre en œuvre les stratégies et d'assurer la conformité réglementaire

Équipes responsables de chaque pilier

- Assurer la gestion quotidienne des enjeux ESG
- Rendre compte des progrès par rapport aux objectifs

Conseil de la diversité, de l'équité et de l'inclusion; Comité directeur du développement durable

- Rencontre réunissant les dirigeants de diverses fonctions tous les trimestres pour formuler des conseils sur les stratégies et les initiatives en matière d'ESG
- Présentation d'arguments touchant aux enjeux ESG dans l'ensemble des fonctions d'affaires

Code d'éthique et politiques

De plus, notre **Code d'éthique et de conduite professionnelle** fournit des directives à tous nos employés et réitère notre engagement à respecter les normes de conduite professionnelle les plus élevées qui soient, que ce soit individuellement ou à l'échelle de l'entreprise. Les administrateurs et les employés de l'entreprise sont tenus d'en prendre connaissance et de l'accepter régulièrement. L'entreprise offre également un service de ligne téléphonique permettant d'effectuer des dénonciations de manière anonyme et confidentielle.

Parmi les politiques qui orientent et régissent nos actions, aussi bien en magasin que dans nos salles de réunion, mentionnons :

Politique sur les normes d'accessibilité du service à la clientèle

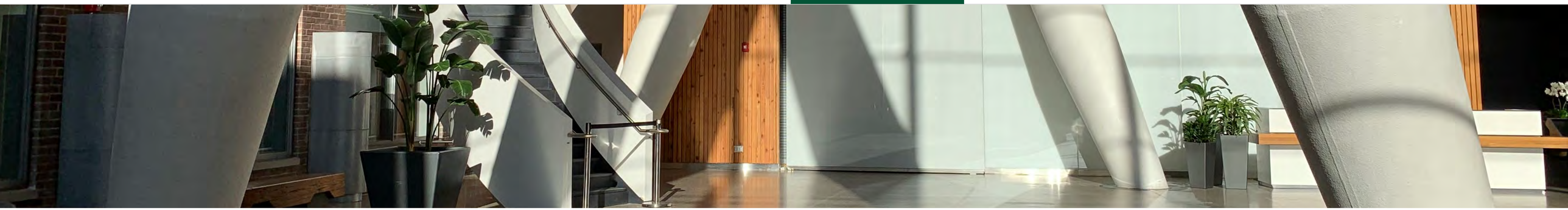
Politique sur les normes d'accessibilité intégrées

Politique sur la communication de l'information (Empire)

Politique sur le vote majoritaire (Empire)

Code d'éthique et de conduite professionnelle d'Empire

Politique de confidentialité de Sobeys inc.



Gestion de l'information, cybersécurité et protection des données

L'intégrité, la fiabilité et la sécurité de l'information sous toutes ses formes sont essentielles aux activités stratégiques quotidiennes de notre entreprise. Des renseignements inexacts, incomplets ou indisponibles, des intrusions externes dans les systèmes d'information ou un accès inapproprié aux informations perturbent nos activités et ont des répercussions tant financières que sur notre réputation. Notre clientèle nous confie leurs renseignements personnels afin que nous puissions répondre à leurs besoins dans différents secteurs de nos activités, y compris nos pharmacies, nos plateformes de commerce électronique et plus encore. Nous avons également l'obligation de protéger les renseignements qui nous sont confiés par nos collègues.

Le risque lié à la gestion de l'information est géré au moyen d'une approche de sécurité à plusieurs niveaux impliquant des contrôles, des politiques, des normes et des procédures fondés sur des outils informatiques relatifs à la sécurité de l'accès, au développement de systèmes, à la gestion du changement et à la gestion des problèmes et des incidents. Nous accordons une grande importance à la sensibilisation et à la formation des collègues ainsi qu'aux politiques régissant l'utilisation acceptable des appareils et des actifs de l'entreprise. Notre programme de sensibilisation et de formation des employés en cybersécurité fournit aux membres de notre équipe les connaissances nécessaires pour prendre des décisions éclairées afin de protéger notre entreprise contre les cybermenaces. La formation comprend des campagnes mensuelles d'hameçonnage ciblées, des formations obligatoires, des communications régulières aux employés sur des sujets pertinents liés à la cybersécurité et des affiches numériques. Tout au long de la pandémie, nos équipes des TI ont travaillé sans relâche pour soutenir nos collègues travaillant à domicile afin d'assurer la cybersécurité de l'environnement de travail à la maison.

Nous exploitons également des systèmes de technologie de l'information complets et complexes qui sont essentiels au bon fonctionnement de nos stratégies commerciales et de marketing. Nous sommes déterminés à améliorer nos systèmes d'exploitation, nos outils et nos procédures afin d'accroître notre efficacité. Notre politique de confidentialité d'entreprise est accessible au public sur nos sites Web. Tout cela fait partie de notre plan pour protéger notre entreprise et notre clientèle.

Gestion du risque d'entreprise

Dans le cadre de notre processus de gestion du risque d'entreprise, nous décelons, évaluons et gérons les principaux risques liés à nos activités et à l'atteinte de nos objectifs, et nous produisons des rapports à cet effet. Ces risques sont déclarés dans le rapport annuel d'Empire, **le rapport de gestion du T4** et la **notice annuelle 2021**.

Réponse à la COVID-19

Notre équipe de direction a établi trois valeurs très claires au début de la pandémie. La première consiste à prendre toutes les mesures nécessaires pour assurer la sécurité de nos équipes et de notre clientèle. La deuxième, à nous assurer que nos tablettes sont remplies. Enfin, notre troisième valeur est de ne jamais cesser de soutenir nos communautés locales et nos partenaires caritatifs. Nous sommes extrêmement fiers de la façon dont nos 134 000 employés, œuvrant dans un domaine essentiel, ont continué à servir les communautés locales partout au Canada.

Protéger notre équipe et notre clientèle

Nous avons pris de nombreuses mesures pour assurer la sécurité de tous, notamment en étant le premier grand détaillant à installer des écrans en plexiglas dans ses magasins partout au pays, en ajoutant des ressources de première ligne supplémentaires pour nettoyer fréquemment les aires communes, en installant des affiches claires en magasin sur la distanciation physique et les déplacements sécuritaires, et en mettant en place des heures de magasinage réservées aux aînés afin que les personnes les plus vulnérables d'entre nous puissent magasiner tout en bénéficiant d'un plus grand soutien et d'une meilleure assurance.

Depuis les premiers jours de la pandémie, notre équipe travaille avec des milliers de fournisseurs pour répondre aux besoins de la population canadienne. Nous avons augmenté le volume des commandes pour avoir une quantité suffisante de produits en stock pour répondre à la demande et avons travaillé avec des fournisseurs locaux canadiens et américains, et même avec des restaurants, pour remplir nos tablettes lorsque nos chaînes d'approvisionnement traditionnelles ont été mises à l'épreuve. Par exemple, au début de la pandémie, pour pallier la pénurie de désinfectant pour les mains, nous avons collaboré avec 30 distilleries de bières et de cidres, qui ont modifié leur production pour fabriquer du désinfectant. Nous avons également été au fait des cas de COVID-19 et des risques d'exposition dans nos magasins, publiant régulièrement de l'information sur **notre site Web**. De plus, l'équipe de notre réseau national de pharmacies a été aux premières lignes des plus importants programmes canadiens de vaccination de l'époque moderne.

Protéger et reconnaître nos équipes

Au début de la pandémie, nous avons mis en place des protocoles rigoureux de santé et de sécurité pour nos équipes partout au Canada et lancé des programmes de tests rapides pour accélérer notre capacité à détecter et à isoler les cas potentiels, ce qui a également contribué à protéger notre clientèle, nos communautés et nos partenaires d'affaires. Sachant que nous traversons une période difficile, nous avons augmenté notre couverture d'avantages sociaux pour permettre à notre équipe d'avoir accès à des professionnels de la santé mentale et nous avons partagé des ressources en santé mentale régulièrement, par plusieurs canaux, y compris sur un site Web externe réservé à nos collègues de première ligne. Afin de reconnaître toutes les contributions de l'équipe pendant la pandémie de COVID-19, nous avons également instauré le Programme de primes pour nos héros et des primes de confinement pendant les périodes de confinement imposées par le gouvernement à tous les secteurs du commerce de détail non essentiels.

Prendre soin de nos communautés

Redonner à nos communautés a toujours fait partie de notre façon de faire, chose qui est d'autant plus importante lorsque les temps sont difficiles. En réponse à la COVID-19, nous avons créé le Fonds d'action communautaire pour soutenir les communautés d'un océan à l'autre. Grâce à ce fonds, nous avons travaillé directement avec des banques alimentaires, des organismes communautaires, des organismes provinciaux et des municipalités de partout au pays pour nourrir les familles canadiennes. L'aide personnalisée offerte aux banques alimentaires et aux programmes de repas locaux comprend un soutien financier, des dons de cartes-cadeaux et la distribution de milliers de paniers alimentaires et de caisses de produits alimentaires essentiels.

À l'exercice 2021, nous avons donné plus de 1,3 million de dollars par l'entremise de notre Fonds d'action communautaire pour soutenir 145 organismes communautaires en première ligne de l'aide alimentaire d'urgence. Nous avons adopté une approche novatrice et trouvé des façons distinctes de favoriser le soutien dans nos différentes régions. Par exemple, l'équipe de Safeway a collaboré avec le chanteur canadien Brett Kissel pour organiser des concerts dans des ciné-parcs respectant les règles de distanciation physique, qui ont permis de recueillir plus de 70 000 $ pour Food Banks Alberta. En Nouvelle-Écosse, nous avons remis des cartes-cadeaux d'une valeur de 100 000 $ à VON pour soutenir les personnes âgées et handicapées. La force du soutien accordé à notre Fonds d'action communautaire, qui offre maintenant une aide à nos communautés locales, a constitué une inspiration pour nous. Ainsi, nous continuerons d'exploiter ce dernier après la pandémie de COVID-19.

Apprenez-en plus sur **la santé, la sécurité et le bien-être** ainsi que sur **l'investissement communautaire** au-delà de la réponse à la COVID-19.

Nos gens

Diversité, équité et inclusion

Nous croyons en la création d'équipes qui sont composées de membres ayant des idées, des expériences et des perspectives diverses. Nous nous engageons à intégrer la diversité, l'équité et l'inclusion à tout ce que nous faisons, à tous les échelons de notre organisation. Nous sommes propulsés par nos gens et nous incarnons cet engagement dans nos actions et nos relations communautaires.

Dans le cadre de notre démarche visant à créer un environnement de travail plus diversifié, équitable et inclusif, nous savons que nous pouvons toujours faire plus. Nous créons des espaces sécuritaires au sein de notre organisation où nos collègues peuvent s'exprimer et partager leur point de vue. Notre approche en matière de diversité, d'équité et d'inclusion est axée sur l'amélioration continue, l'écoute et la mise en oeuvre de solutions concrètes pour notre entreprise et les communautés que nous servons.

Pour surveiller nos progrès par rapport à ces engagements, nous avons mis sur pied un conseil de la diversité, de l'équité et de l'inclusion composé de dirigeants de l'ensemble de l'entreprise, ainsi qu'un comité de direction de la diversité et de l'inclusion dirigé par notre président et chef de la direction.

Diversité, équité et inclusion

Nos progrès

Nous avons fait de grands progrès par rapport à notre stratégie Écouter. Apprendre. Agir. Voici quelques faits saillants.

OBJECTIF

Tirer parti de la diversité, de l'équité et de l'inclusion pour obtenir des résultats d'affaires qui nous aideront à être justes et à mieux servir notre clientèle.

DONNÉES

82 %

des employés de première ligne des supermarchés à gamme complète de services ont suivi la formation « Au service du Canada, prévention du profilage racial »

OBJECTIF

Accroître la représentation des femmes

DONNÉES

34 %

Représentation féminine de 34 % au sein de la haute direction (vice-présidente principales et vice-présidentes), soit un taux de croissance de 6 % d'une année à l'autre

OBJECTIF

Favoriser un leadership inclusif

DONNÉES

600

À titre de première étape de notre plan de formation, plus de 600 dirigeants de nos bureaux, de nos centres de distribution, de nos magasins et de nos franchisés ont suivi la formation de base sur l'inclusion

Notre approche

Ce que nous faisons pour changer les choses

Promouvoir une culture d'inclusion :

Pour que les équipes diversifiées puissent s'épanouir, il est essentiel que l'inclusion et l'équité soient au coeur de la culture de travail d'Empire. Il s'agit de faire de l'organisation un endroit ouvert et digne de confiance, propice à un dialogue sain, et de s'attaquer aux inégalités systémiques qui nuisent à un milieu de travail juste et équitable.

Au cours de la dernière année, l'accent a été mis sur la création d'un programme de leadership fondé sur la formation sur l'inclusion, et d'un solide programme d'éducation et de sensibilisation pour nos équipes sur divers sujets importants, y compris la lutte contre le racisme, le rôle des alliés et la position de l'entreprise sur l'équité et l'inclusion. Plusieurs initiatives ont également été mises en oeuvre pour favoriser un environnement inclusif, y compris des séances d'écoute pour les employés afin de fournir de la rétroaction et contribuer aux solutions, le programme Portes ouvertes offrant aux employés de multiples façons de donner leurs commentaires et un engagement continu du Réseau d'inclusion des femmes lancé en 2019 qui réunit plus de 1 000 collègues de partout au pays.

Nous continuons d'examiner les processus pour assurer une approche juste, équitable et inclusive en matière d'embauche, de développement et d'avancement des talents, et elle surveille les commentaires des collègues sur l'équité et l'inclusion au moyen de l'indice de diversité, de diversité, d'équité et d'inclusion du Sondage sur l'expérience employé.

- La formation et la sensibilisation sur l'inclusion du leadership offerte par plus de 600 dirigeants à l'échelle de l'entreprise.
- Nous avons lancé un programme « Portes ouvertes » afin de fournir aux collègues de multiples voies pour partager leurs commentaires en matière de diversité, d'équité et d'inclusion.
- Le Réseau d'inclusion des femmes, qui en est à sa deuxième année, compte désormais plus de 1 000 membres.

Attirer, développer et retenir des équipes diversifiées :

Il est essentiel de trouver les meilleurs talents qui soient dans un vaste bassin diversifié pour bâtir des équipes hautement performantes. Cela signifie trouver des occasions d'élargir la diversité des équipes et de soutenir l'avancement ainsi que le développement d'un vaste bassin de talents diversifié.

Plusieurs initiatives axées sur les talents appuient cet effort, y compris pour l'acquisition de talents, la planification de la relève de la haute direction, les programmes de stages en gestion de magasin, l'expérience employé, les sondages d'intégration et de départ et les processus de développement des talents. Pour contribuer à la croissance de divers bassins de talents, nous concevons un programme de mentorat en partenariat avec l'initiative BlackNorth et est un signataire du serment BlackNorth.

Afin de cibler les occasions d'accroître la représentation, l'entreprise invite ses employés à temps plein à participer à un processus sur la diversité et l'auto-identification afin de mieux comprendre le nombre et la proportion de personnes appartenant à un ou plusieurs groupes. Ces renseignements aideront les dirigeants à prendre des décisions visant à élargir la diversité des équipes et à créer des solutions et des partenariats stratégiques d'acquisition de talents permettant d'améliorer la diversité des bassins de talents externes. Les firmes d'acquisition de talents qui nous accompagne pour le recrutement devront également proposer une vaste gamme de talents diversifiés.

Nous continuons de veiller à ce que la diversité soit prise en compte dans les programmes de gestion des talents afin de contribuer à l'attraction, l'avancement et le maintien en poste d'un bassin de talents diversifié à tous les échelons de l'entreprise.

- Au total, 20 % des membres de la haute direction sont des femmes et 30 % sont issus de minorités visibles.
- Le comité de la haute direction compte environ 31 % de femmes et 25 % de membres issus de minorités visibles.
- Au cours de la dernière année, le groupe de la haute direction est passé à environ 34 % de femmes, connaissant ainsi un taux de croissance de 6 %, et la représentation à l'échelle de la direction est passée à environ 37 % de femmes, ce qui représente un taux de croissance de 8 %. Dans ce groupe, 11 % des personnes sont issues de minorités visibles et 1 % sont autochtones.

Notre approche	Ce que nous faisons pour changer les choses
Tirer parti de la diversité, de l'équité et de l'inclusion pour obtenir des résultats d'affaires qui nous aideront à être justes et à mieux servir notre clientèle. Nous reconnaissons l'importance d'intégrer la diversité, l'équité et l'inclusion dans tout ce qu'elle fait, y compris ses résultats d'affaires. Elle a notamment offert une formation de première ligne sur l'expérience client inclusive, lancé des heures de magasinage adaptées aux sensibilités sensorielles (expériences de magasinage inclusives pour la clientèle neurodivergente) et participé à la campagne Dear Everybody de l'hôpital Holland Bloorview en s'engageant à ce que le marketing et la publicité soient plus inclusifs et représentatifs des personnes handicapées. L'entreprise reconnaît qu'elle a un rôle important à jouer auprès de ses partenaires fournisseurs pour faire progresser l'initiative en matière de diversité, d'équité et d'inclusion et elle continuera de faire des avancées dans ce domaine, y compris dans le cadre des partenariats avec le Conseil canadien pour l'entreprise autochtone et le Canadian Aboriginal and Minority Supplier Council.	• En tirant parti des ressources de pointe du Conseil canadien du commerce de détail, nous avons lancé la formation Au service du Canada : prévention du profilage racial dans les magasins de détail. La formation a été suivie par plus de 82 % des magasins de détail des bannières de services, et un outil d'encadrement a été mis à l'essai afin d'aider davantage les directeurs de magasin à poursuivre le dialogue et la discussion sur l'importance de prévenir le profilage racial. • Faire connaître les offres multiculturelles dans nos magasins et poursuivre l'expansion de nos sources d'approvisionnement authentiques, notamment en appuyant des jours de fête culturels clés grâce à un marketing culturellement pertinent. Nous reflétons la diversité des Canadiens dans nos publicités et augmentons nos investissements dans des initiatives de marketing multiculturel qui sont importantes pour notre clientèle multiethnique.
Renforcer nos communautés : Nous jouons un rôle important au sein des 900 communautés canadiennes qu'elle sert. Elle a également un rôle important à jouer dans l'établissement de partenariats avec les communautés noires, autochtones et d'autres communautés marginalisées, afin d'aider à trouver des solutions aux problèmes sociaux omniprésents, en harmonie avec notre raison d'être. Les domaines importants sont notamment les interventions précoces en santé mentale auprès des enfants et des jeunes et l'élimination des barrières qui empêchent Canadiens d'avoir accès à des aliments sains et abordables. L'initiative BlackNorth constitue un partenariat clé dans cette démarche. L'entreprise continuera de chercher de nouveaux partenariats au sein des communautés autochtones pour cibler les ressources, le soutien et les possibilités d'emploi.	• Nous participons à des groupes communautaires et industriels pour promouvoir le soutien de la communauté d'affaires partout au Canada. Nous avons notamment conclu des partenariats avec l'Initiative BlackNorth, le Conseil canadien pour l'entreprise autochtone (CCEA), le Canadian Aboriginal and Minority Supplier Council (CAMSC), Catalyst, la campagne Dear Everybody de l'hôpital Holland Bloorview, Fierté au travail Canada et le Centre canadien pour la diversité et l'inclusion (CCDI).
Mesurer les progrès et les répercussions La Société reconnaît qu'il est essentiel de mesurer et de surveiller les efforts en DEI pour assurer sa réussite. La Société a intégré un indicateur clé de performance (ICP) en matière de DEI dans le Programme de participation aux bénéfices de l'exercice 2022 de la Société. L'ICP mesure les progrès réalisés par rapport aux principaux livrables stratégiques pour les cinq engagements et mobilise les dirigeants et les employés à jouer un rôle actif en matière de diversité, d'équité et d'inclusion en participant à des activités de formation et d'acquisition des compétences ou en fixant un objectif de performance pour faire progresser la diversité, l'équité et l'inclusion dans la Société. L'ICP permettra d'accélérer l'orientation au cours de l'exercice 2022 et de continuer d'évoluer au cours des prochaines années.	• Nous avons intégré un ICP en matière de diversité, d'équité et d'inclusion dans le Programme de participation aux bénéfices de l'exercice 2022 de l'entreprise. L'ICP mesure les progrès réalisés par rapport aux principaux livrables stratégiques pour les cinq engagements et mobilise la direction en établissant un objectif de performance pour faire progresser la diversité, l'équité et l'inclusion au sein de l'entreprise. Cet ICP nous permettra de mettre davantage l'accent sur la diversité, l'équité et l'inclusion au cours de l'exercice 2022 et de continuer d'évoluer au cours des prochaines années. • Elle continue ainsi de surveiller les progrès en matière de diversité des genres, tout en établissant une base de référence pour une diversité identitaire plus vaste, en augmentant l'auto-identification des employés et des candidats. • D'autres indicateurs de réussite seront intégrés à mesure que l'équipe poursuivra l'exécution de notre plan d'action en matière de diversité, d'équité et d'inclusion.

Pour en savoir plus sur la façon dont nous rendons nos communautés et nos milieux de travail plus inclusifs, jetez un coup d'oeil à nos initiatives en matière **santé, sécurité et bien-être** et **d'engagement communautaire**.

Investissement communautaire

Depuis le début de notre parcours, nous avons toujours eu à coeur de prendre soin des communautés que nous servons. Dans les moments difficiles, nous nous entraidons et nous tendons la main à ceux qui en ont besoin. L'investissement communautaire est l'une de nos valeurs fondamentales, car nous sommes profondément déterminés à assurer la vitalité des communautés où nous vivons.

Les milieux dans lesquels nous évoluons font face à de nombreux défis, comme la pandémie, les changements climatiques, l'injustice sociale et les inégalités. Tandis que nous adaptons nos méthodes de travail et prenons des mesures pour relever ces défis communs, nous devons aussi concentrer nos efforts dans les domaines où nous pouvons avoir le plus grand impact. Nous sommes une famille qui nourrit l'esprit de famille; c'est notre raison d'être. Nous avons donc lancé en 2021 une nouvelle stratégie d'investissement communautaire qui vise principalement à favoriser un esprit sain dans un corps sain. Pour assurer un avenir meilleur pour la population canadienne, nous soutenons des programmes d'accès à des aliments sains et abordables, des initiatives d'éducation nutritionnelle et des programmes d'intervention précoce en santé mentale auprès des enfants et des jeunes.

Investissement communautaire

Notre approche

Notre volonté de créer un avenir meilleur pour un plus grand nombre de Canadiens prend notamment la forme d'investissements communautaires guidés par deux piliers :

Un corps sain

éliminer les obstacles qui empêchent la population canadienne d'avoir accès à des aliments sains et abordables.

Un esprit sain

accroître le nombre d'interventions précoces en santé mentale auprès des enfants et des jeunes.

Au cours de l'exercice 2021, nous avons recueilli et versé près de 18 millions de dollars pour soutenir des centaines d'organismes de bienfaisance qui oeuvrent à l'échelle nationale, régionale et locale. Cette somme comprend plus de 1,3 million de dollars versés par l'entremise de notre Fonds d'action communautaire pour soutenir 140 organismes communautaires en première ligne de l'aide alimentaire d'urgence. Ce fonds avait été mis sur pied dans le cadre de notre **plan d'action contre la COVID-19.**

Notre stratégie d'investissement communautaire comprend des initiatives et des partenariats stratégiques à l'échelle de l'entreprise, ainsi que des programmes régionaux et en magasin qui permettent à nos équipes de soutenir des organismes de bienfaisance et des causes qui leur tiennent à coeur. Au quotidien, la mise en oeuvre est dirigée par notre vice-présidente, marketing des magasins et par notre directrice, investissement communautaire, sous la supervision de notre équipe de direction et de notre conseil d'administration.

Investissement communautaire

Nos progrès

OBJECTIF :

Accroître le nombre d'interventions précoces en santé mentale auprès des enfants et des jeunes

DONNÉES

3,4 M

de dollars ont été donnés par l'entreprise et recueillis dans la communauté pour soutenir notre initiative La santé mentale chez les jeunes : Toute une famille pour les soutenir

OBJECTIF :

Éliminer les obstacles qui empêchent la population canadienne d'avoir accès à des aliments sains et abordables

DONNÉES

13,3 M

de repas rendus possibles partout au Canada grâce à nos divers partenariats communautaires

OBJECTIF :

Aider nos équipes en magasin à changer leur réalité locale

DONNÉES

140

organismes communautaires soutenus par le Fonds d'action communautaire

Investissement communautaire

Ce que nous faisons pour changer les choses

Un corps sain

Nous sommes engagés à favoriser la santé physique dans nos communautés et nous cherchons à éliminer les obstacles à l'accès à des aliments sains et abordables. Nous investissons notamment dans la distribution de repas et dans des ressources novatrices d'éducation nutritionnelle. Chaque année, nous travaillons avec des organismes de bienfaisance locaux pour offrir des millions de repas à des personnes qui ont de la difficulté à s'alimenter sainement. Près de 1 000 de nos magasins ont participé à notre collecte annuelle de denrées en décembre 2020, ce qui a permis d'amasser 5,3 millions de dollars à travers le Canada, soit l'équivalent de 13,3 millions de repas.

Nos collègues d'IGA au Québec et des équipes du Canada anglais se sont joints à La Tablée des Chefs et à des partenaires pour soutenir l'initiative Les Cuisines Solidaires et les Brigades culinaires. Grâce à ce travail, une centaine d'enfants ont eu accès à des ressources d'éducation nutritionnelle et 526 000 repas ont été distribués. Au Québec, IGA était également fière de s'associer à la Fondation Charles-Bruneau. Les épiceries IGA ont amassé et donné plus de 1 million de dollars pour soutenir le projet Vie, une collaboration avec le CHU Sainte-Justine axée sur les saines habitudes alimentaires des enfants en chimiothérapie.

Au cours de l'exercice 2021, nous avons fièrement soutenu 41 000 athlètes des Olympiques spéciaux répartis dans 10 sections provinciales grâce à un don de 1,8 million de dollars amassés par notre clientèle partout au pays. De plus, près de 13 000 athlètes des Olympiques spéciaux ont pris part à une série de huit séances en ligne organisées par Sobeys pour en apprendre davantage sur les stratégies et les habitudes relatives à une saine alimentation.

Investissement communautaire

Un esprit sain

Nous croyons qu'un esprit sain et un corps sain vont de pair — les deux sont nécessaires à l'épanouissement des membres de notre communauté.

Au cours de l'exercice 2021, nous avons lancé l'initiative **La santé mentale chez les jeunes : Toute une famille pour les soutenir**, un partenariat avec la Fondation Sobey et Les Fondations d'hôpitaux pour enfants du Canada. Inspiré des investissements réalisés depuis de nombreuses années par la famille Sobey en santé mentale et de nos partenariats de longue date avec les fondations d'hôpitaux pour enfants, cet effort commun de transformation a permis d'investir des millions de dollars pour répondre aux besoins provinciaux particuliers de 13 hôpitaux pour enfants dans 11 provinces canadiennes. C'est la première fois que les 13 fondations d'hôpitaux pour enfants s'unissent pour une même cause importante pour les familles et la première fois que nous participons ensemble à une initiative nationale de cette envergure. En septembre 2020, plus de 1 800 de nos magasins ont participé à notre campagne qui a permis d'amasser plus de 2,2 millions de dollars pour soutenir l'initiative. En tout, 3,4 millions de dollars ont été donnés par l'entreprise et recueillis dans la communauté pour soutenir cette initiative.
L'initiative La santé mentale chez les jeunes : Toute une famille pour les soutenir met l'accent sur les programmes essentiels d'intervention précoce et l'éducation. Elle finance au total 15 projets qui permettront de réduire le nombre de visites à l'hôpital et le nombre de patients qui atteignent le stade de crise, de créer de nouveaux traitements fondés sur des données probantes et de partager les apprentissages à l'échelle du pays. Par exemple, le CHEO à Ottawa a mis sur pied le programme De la tête aux pieds, qui offre une évaluation des idées suicidaires à tous les jeunes hospitalisés de 12 ans et plus. The Children's Hospital Foundation of Manitoba a créé un nouveau service de télésanté mentale d'urgence pour aider les enfants et les adolescents à risque dans les communautés autochtones rurales et éloignées à éliminer les obstacles, et faire le pont entre l'hôpital et les communautés autochtones et rurales. D'ici le printemps 2022, les 13 hôpitaux pour enfants prévoient établir des mesures de performance définies, en faire le suivi et en rendre compte au-delà des résultats initiaux, y compris une mesure globale unique des répercussions. Pour en savoir plus sur les programmes et notre partenariat, visitez le site **famillepourlessoutenir.com**.

Santé, sécurité et bien-être

La vie pendant la pandémie est loin d'être normale et nous savons que la dernière année n'a pas été facile pour de nombreuses personnes au Canada, y compris les membres de nos équipes. Pendant la pandémie de COVID-19, nous avons tous dû composer avec des restrictions en matière de santé publique et des périodes de confinement, le tout dans un contexte de grande incertitude. Par conséquent, un plus grand nombre de personnes éprouvent des problèmes de santé mentale, y compris de l'anxiété et de la dépression, et ne se sentent pas à l'aise de demander de l'aide en raison de la stigmatisation persistante de la maladie mentale. La résolution de ces problèmes améliore non seulement la santé individuelle, mais elle contribue également à rendre nos équipes et nos communautés plus résilientes et mieux outillées pour s'épanouir.

Cette année, nous nous sommes efforcés plus que jamais de veiller à ce que nos collègues obtiennent l'information, les outils et le soutien dont ils ont besoin pour s'entraider et continuer de servir notre clientèle. En tant qu'entreprise nationale, il peut parfois être difficile de communiquer avec chaque membre de nos équipes. Alors, en ce début de l'exercice 2022, nous avons essayé de nouvelles façons de leur permettre d'obtenir de l'aide n'importe où et n'importe quand.

Santé, sécurité et bien-être

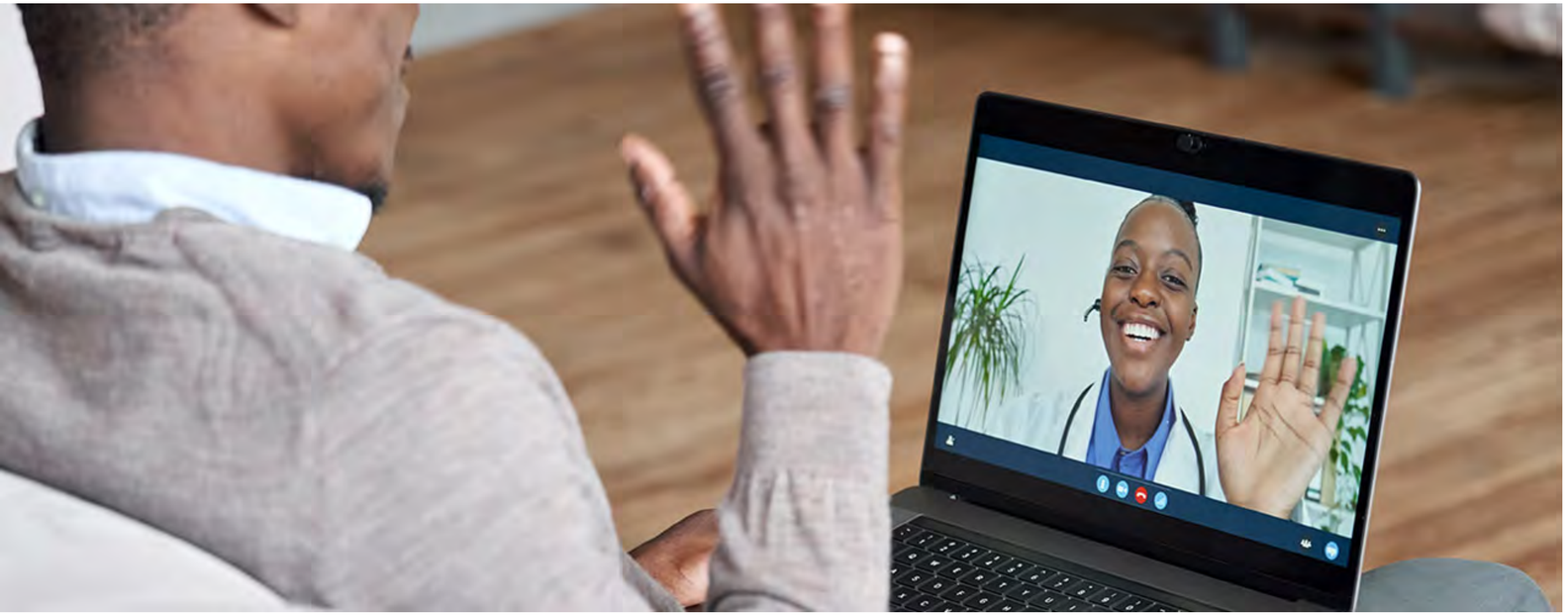
Notre approche

Nous élaborions déjà une nouvelle stratégie organisationnelle en matière de santé mentale au début de l'exercice 2021, et nous avons accéléré ce travail en raison de la pandémie. Notre stratégie vise à favoriser le bien-être mental de nos équipes et à faire en sorte que chaque collègue se sente accepté et soutenu. Grâce à des piliers axés sur la sensibilisation, l'éducation, la culture et la mesure, nous agissons pour réduire la stigmatisation entourant la santé mentale, atténuer les effets des problèmes de santé mentale, fournir des outils et des ressources pour soutenir nos équipes et, au bout du compte, nous nous assurons que notre entreprise est un endroit où il fait bon travailler.

Notre stratégie en matière de santé mentale est préparée par notre équipe des ressources humaines, sous la supervision et le leadership de notre vice-président exécutif et chef des ressources humaines ainsi que de notre vice-président des relations de travail et de la gestion de la santé. Nous suivons nos progrès et rendons compte au comité des ressources humaines du conseil d'administration tous les trimestres.

Santé, sécurité et bien-être

Ce que nous faisons pour changer les choses



Offrir de la formation, des outils et du soutien

Être une entreprise axée sur les gens signifie reconnaître la valeur de nos équipes et s'assurer que chaque personne reçoit le soutien dont elle a besoin pour rester en bonne santé physique et mentale. Au cours de l'exercice 2021, nous avons offert des séminaires sur le bien-être mental aux dirigeants de l'exploitation afin de les aider à obtenir des conseils d'experts de l'industrie sur la façon de protéger nos équipes. Compte tenu de la stigmatisation qui entoure la santé mentale, nous avons également créé une nouvelle ressource pour orienter les conversations des dirigeants. L'outil D.E.D.I. aide les dirigeants à :

- **D**iscuter avec les membres de leur équipe
- **E**xprimer leur reconnaissance
- **D**écoder les signes
- **I**ntervenir avec douceur

Santé, sécurité et bien-être

Pendant la pandémie, nous avons augmenté la couverture d'assurance maladie de bon nombre de nos employé(e)s afin d'inclure un financement supplémentaire pour avoir accès à des professionnels de la santé mentale, et nous avons veillé à ce que nos équipes soient informées des nombreux services de soutien qui leur sont offerts, notamment :

Soutien aux employé(e)s	Ce qui est offert
Programme d'aide aux employés et à la famille (PAEF)	Aide immédiate et confidentielle pour toute préoccupation liée au travail, à la santé ou à la vie.
Services de soins de santé virtuels Dialogue	Accès à une équipe de soins composée d'infirmiers auxiliaires et de médecins
Outil d'évaluation du bien-être financier (Manuvie)	Plan d'action personnalisé pour améliorer la santé financière
Ressource sur les avantages sociaux VotreFlex	Amélioration de la couverture en santé mentale à l'exercice 2021 dans le cadre du programme flexible
BienCanadiens* *Sobeys est une société commanditaire de ce programme.	Des ressources gratuites sur le bien-être pour vous aider à composer avec l'incertitude et les problèmes de santé mentale et de toxicomanie pendant la pandémie de la COVID-19.

Santé, sécurité et bien-être

Accéder à de l'aide facilement

Pour rejoindre nos équipes de première ligne de tous nos établissements, il faut adopter de nouvelles approches. En plus d'offrir des ressources en santé mentale et en bien-être sur le site intranet de notre entreprise, nous avons adopté au cours de l'exercice 2021 des approches ciblées en ligne pour nous assurer que chaque personne puisse obtenir l'aide dont elle a besoin.

Nous avons lancé un nouveau site Web bilingue ciblant les équipes de première ligne qui offre des ressources, de l'information et du soutien en matière de bien-être mental. À l'adresse mieuxetrementalsobeys.com, nos employés peuvent accéder à des ressources de soutien, regarder des vidéos de leurs dirigeants et de leurs collègues et lire des histoires sur divers sujets, notamment la lutte contre la stigmatisation entourant la santé mentale, la gestion des sentiments d'isolement pendant le confinement et la façon de rester en forme et actif à la maison. En Colombie-Britannique, nous avons également mis à l'essai une nouvelle plateforme anonyme de soutien en ligne entre pairs pour toute personne aux prises avec des problèmes de santé mentale.

Perfectionnement et expérience de nos équipes

Notre entreprise est fière d'être propulsée par nos gens et puise sa force dans l'engagement conjugué de nos quelque 134 000 employés travaillant dans plus de 1 500 emplacements à l'échelle nationale. Nous nous engageons à continuer d'investir dans nos gens et à promouvoir une culture de diversité, d'équité et d'inclusion afin de rendre nos équipes encore plus solides.

Perfectionnement et expérience de nos équipes

Notre approche

Nous avons à coeur de favoriser une culture familiale axée sur la bienveillance, la confiance et le respect, tout en encourageant la croissance de nos employés et de notre entreprise. Nos équipes d'un océan à l'autre sont motivées par notre objectif commun en tant que famille qui nourrit l'esprit de famille.

Notre proposition de valeur aux employés décrit les piliers qui sous-tendent notre conviction qu'un emploi devrait inspirer chaque personne à se dépasser :

Réalisez pleinement votre potentiel

Les occasions sont offertes à tous. Nos dirigeants proviennent de tous les secteurs de l'entreprise et de partout au pays. Votre premier poste chez Sobeys n'est que le début.

Donnez le meilleur

Nous voulons que vous aimiez venir au travail. Vous sentirez que vous faites partie de l'équipe, que vous êtes impatient de relever de nouveaux défis, et que vous avez toujours l'envie d'apprendre. Lorsqu'ils sont motivés, les employés sont inspirés et créatifs et ils veulent essayer de nouvelles choses, ce qui nous aide tous à nous dépasser.

Faites une différence

Bâtir une communauté est un travail d'équipe. Pour cette raison, nous sommes présents à l'échelle locale afin de participer au développement des quartiers qui nous soutiennent et de redonner aux communautés où nous exerçons nos activités. C'est aussi la raison pour laquelle nous prenons des engagements de développement durable et soutenons les entreprises locales.

Joignez-vous à notre famille

Chez Empire et Sobeys inc., nous voulons que chacun se sente comme un membre de la famille. Les programmes de récompenses et de reconnaissance des employés sont conçus dans un souci de sécurité, de respect et d'équité. Nous nous soucions des autres, et cela se voit.

Perfectionnement et expérience de nos équipes

La croissance et le développement sont des moyens essentiels pour permettre à nos employés à réaliser leur plein potentiel, ce qui nous aide à mieux servir notre clientèle et exécuter notre stratégie d'affaires. Chaque année, nous encourageons nos collègues à se fixer des objectifs de développement annuels. Chaque année, nous investissons dans des formations axées sur les rôles pour intégrer les nouveaux membres de nos équipes et aider ceux qui changent de poste ou adoptent de nouveaux processus. Nous sommes fiers des efforts que nous déployons pour conserver nos collègues et contribuer à la croissance de l'emploi. De nombreux employés se joignent à notre entreprise et mènent une longue carrière enrichissante. De plus, la rémunération des employés de première ligne est supérieure au salaire minimum, et tout au long de la pandémie, nous avons investi plus de 110 M$ dans les programmes de primes pour nos héros et de primes de confinement.

Voici d'autres façons d'habiliter nos employés :

Reconnaissance et récompenses :
Nous soulignons l'engagement de nos équipes dans le cadre de programmes annuels de prix et de reconnaissance, comme le prix des champions des valeurs pour les personnes qui incarnent nos valeurs au quotidien, les Prix du président, le Club quart de siècle pour les employés de longue date ainsi que des bourses dans le secteur de la vente au détail.

La croissance et le développement des collègues, y compris le soutien à leur croissance dans une carrière qui correspond à leur mode de vie :
- Des programmes solides pour soutenir les employés qui souhaitent faire progresser leur carrière dans le secteur du commerce de détail, y compris les programmes de gérant de rayon, de directeurs de magasin et de propriétaires de franchises.
- Programmes d'aide aux études et de bourses d'études
- Formation et développement de la direction
- Formation spécialisée pour appuyer le développement des fonctions

Avantages complets :
Nos avantages sociaux comprennent notamment :
- une couverture souple adaptée aux besoins de chaque personne, y compris des prestations de congé parental bonifiées;
- un programme d'aide aux employés et à leur famille (PAEF), qui offre des conseils professionnels, des conseils juridiques et financiers, entre autres, aux employés et à leur famille;
- des programmes d'achat et de rabais pour les employés.

Site Carrières :
Nos services de soutien au cheminement de carrière incluent les suivants :
- Favoriser la croissance de nos employés dans une carrière adaptée à leur vie;
- Chercher des collègues qui partagent nos valeurs et qui sont créatifs, travaillants et enthousiastes à l'idée d'offrir à nos clients un service qui se démarque.

Expérience client et fidélisation

Être une entreprise passionnée par notre clientèle signifie que nous nous efforçons toujours de faire plus que le nécessaire pour nos clients, d'être à l'écoute de leurs besoins et de les aider à faire des choix durables. Nous sommes déterminés à veiller au bien-être de notre clientèle en lui offrant des expériences de magasinage et d'alimentation exceptionnelles et en accordant la priorité à ses besoins et à ceux de sa famille. Notre engagement envers notre clientèle façonne notre travail actuel et futur en touchant à tous les aspects, de l'excellent service que nous offrons quotidiennement dans nos magasins à l'innovation que nous adoptons pour faire passer l'expérience client à un tout autre niveau.

Expérience client et mobilisation

Notre approche

La satisfaction de notre clientèle est au coeur de notre culture et de notre stratégie d'affaires. Au cours de l'exercice 2021, nous avons continué d'intégrer cet engagement à nos équipes en offrant une formation actualisée sur le service à la clientèle à nos équipes des magasins. Le programme CARE (communiquer, aider, résoudre, éduquer) fait partie de nos programmes de formation obligatoires à l'intention de nos employés, y compris le renouvellement annuel de certification et la reconnaissance sous forme de prix remis aux personnes les plus performantes.

Les initiatives axées sur la clientèle sont également au coeur de notre stratégie d'affaires actuelle, Projet Horizon. Nous consacrons en moyenne 700 millions de dollars par année sur les trois prochaines années aux dépenses d'investissement visant à accélérer les investissements dans nos magasins et nos outils afin de mieux servir notre clientèle. Nous accélérons les plans pour les deux autres centres de traitement des commandes (CTC) de commerce électronique Voilà, soit un total de quatre centres au Canada. Nous avons également lancé l'option éprouvée de ramassage en magasin d'Ocado, notre partenaire de commerce électronique, pour servir la clientèle dans les régions qui ne sont pas encore desservies par les CTC. Nous élargissons notre portefeuille de Nos marques en proposant de nouvelles options plus novatrices à notre clientèle. Nous investissons également dans l'analyse et la technologie pour proposer à l'avenir des offres personnalisées de classe mondiale à notre clientèle.

voilà by Sobeys

Voilà : Nous avons lancé Voilà, le meilleur service de commande en ligne et de livraison d'épicerie au monde dans la région du Grand Toronto, et nous prévoyons étendre nos services à d'autres villes. Voilà par Sobeys exécute les commandes depuis un centre de traitement des commandes à la fine pointe de la technologie qui utilise des robots pour emballer les commandes. La vaste sélection de produits est offerte à des prix abordables, sans aucuns frais cachés, avec une garantie de fraîcheur et arrive dans un délai de livraison d'une heure. Voilà offre également un service de collecte en voiture.

Rachelle Béry

Produits de mieux-être : Nous lançons les boutiques Rachelle Béry dans les magasins de quartier partout au Canada. Forte de plus de 30 ans d'expertise en santé et mieux-être, l'équipe de Rachelle Béry est prête à aider la clientèle à choisir des compléments naturels, biologiques et véganes, des produits de nutrition sportive, et des soins capillaires, corporels et de la peau, le tout composé d'ingrédients sains selon les plus hautes normes de qualité et d'éthique. Au cours de l'exercice 2021, nous avons ouvert huit boutiques Rachelle Béry et prévoyons en ouvrir 38 autres en 2022.

infarm

Infarm : Nous nous sommes associés à Infarm, l'une des entreprises de potagers urbains d'intérieur en magasin les plus évoluées et à la croissance la plus rapide au monde, afin de cultiver et de récolter des produits frais directement dans certains magasins Sobeys, Safeway et Thrifty Foods du Canada. Cette initiative avantageuse pour tous, tant la clientèle que l'environnement, permet d'obtenir de délicieux légumes verts tout en réduisant considérablement la consommation d'eau et d'énergie, entre autres.

SMART CART

Paniers Smart Cart de Sobeys : Nous avons lancé le premier panier intelligent au Canada dans le cadre d'un projet pilote nommé Smart Cart de Sobeys, un panier d'épicerie technologique qui permet de scanner, de peser et d'acheter les produits au même endroit. Dans le cadre du projet pilote, la clientèle d'Oakville, en Ontario, peut éviter la file d'attente à la caisse grâce à cette expérience de magasinage interactive et amusante.

Heures de magasinage adapté aux sensibilités sensorielles : Nous avons mis en place des heures de magasinage adapté aux sensibilités sensorielles à l'échelle nationale afin de rendre le magasinage plus agréable pour les personnes atteintes d'autisme ou d'autres troubles sensoriels, notamment en tamisant les lumières et éteignant la musique.

Notre planète

Plastiques et emballages

Nous nous sommes engagés à réduire notre impact environnemental, à lutter contre les changements climatiques et à protéger la planète pour les générations futures. Pour toutes ces raisons, la réduction des plastiques à usage unique dans l'ensemble de nos activités est une priorité pour nous. Nous savons que notre clientèle se soucie de l'environnement et est prête à travailler avec nous pour réduire l'utilisation et les impacts des plastiques à usage unique. Et il faut agir dès maintenant. La même durabilité qui a fait du plastique un moyen utile de protéger nos aliments et nos biens signifie qu'il s'accumule et demeure dans nos décharges, nos cours d'eau et nos écosystèmes pendant des centaines, voire des milliers d'années. Les entreprises comme la nôtre ont un rôle essentiel à jouer pour façonner les politiques, influencer les fournisseurs et mettre en place des processus qui facilitent la réduction, la réutilisation et le recyclage, favorisant ainsi des économies circulaires.

Plastiques et emballages

Notre approche

Nous nous efforçons de **FaireNotrePart**MD pour gérer les déchets de nos magasins et entrepôts de façon plus efficace pour ainsi en envoyer de moins en moins dans les sites d'enfouissement. Pour ce faire, nous utilisons les meilleures pratiques de nos magasins et de l'ensemble de l'industrie afin de fournir à nos équipes de première ligne les outils, les conseils et le soutien nécessaires pour détourner le plus de déchets possible des sites d'enfouissement.

Notre plus grande initiative à ce jour a été l'élimination des sacs d'épicerie en plastique à usage unique aux caisses des magasins, retirant ainsi 800 millions de sacs en plastique à usage unique de la circulation. Notre prochaine étape consiste à évaluer toutes les zones de nos magasins où nous pouvons éliminer les plastiques inutiles et difficiles à recycler, accroître la recyclabilité des emballages restants et favoriser une économie circulaire où les emballages peuvent être utilisés et réutilisés encore et encore.

Notre priorité est d'offrir à notre clientèle des aliments frais et de qualité qui répondent aux normes de sécurité. L'emballage joue un rôle essentiel dans la protection de ces qualités importantes pour notre clientèle. Comme il ne peut être complètement éliminé, notre objectif est donc d'éviter le suremballage.

Pour atteindre cet objectif, nous concentrons nos efforts pour rendre nos emballages plus durables et ainsi réduire au minimum leur incidence sur l'environnement tout au long de leur cycle de vie.

Notre approche en matière d'emballage durable :

Élimination du matériel inutile dans la mesure du possible sans augmenter les pertes de produits.	Choix de matériaux qui peuvent être recyclés ou compostés dans la majorité des régions du Canada.	Conception d'un emballage aussi petit que possible tout en protégeant le produit.	Évitement des emballages secondaires et tertiaires grâce à la conception d'un emballage primaire robuste.	Évitement de la colle et des matériaux laminés, car il peut être difficile de séparer les matériaux pour un recyclage approprié.	Des essais ou des projets pilotes appropriés sont requis pour s'assurer que les changements apportés à l'emballage n'ont pas d'incidence sur le produit tout au long de son cycle de vie.

Certaines caractéristiques des emballages en plastique (comme la couleur, les étiquettes et les additifs) peuvent représenter des défis importants pour nos systèmes de recyclage actuels au Canada. En fait, seulement 9 % des plastiques produits au Canada sont recyclés. Malgré tout, les emballages en plastique peuvent être utilisés et gérés de manière plus durable. Voici comment :

- Éliminer les plastiques inutiles (p. ex., élimination ou réduction du suremballage).
- Éliminer les plastiques difficiles à recycler (c.-à-d. les plastiques pour lesquels il n'existe pas ou peu de collecte, de traitement ou de marché final à l'échelle du Canada pour soutenir le recyclage).
- Accroître la recyclabilité (c.-à-d. passer aux types de plastiques les plus recyclés au Canada).
- Adopter une économie circulaire pour utiliser les ressources le plus efficacement possible, ce qui signifie que les emballages en plastique sont utilisés, réutilisés et recyclés continuellement en nouveaux produits.

Plastiques et emballages

Nos progrès

OBJECTIF

Réduire les plastiques évitables et difficiles à recycler

DONNÉES

800 millions

de sacs en plastique à usage unique retirés de la circulation dans nos magasins partout au Canada

OBJECTIF

Améliorer le réacheminement des déchets dans nos magasins

DONNÉES

250

magasins IGA au Québec ont reçu la certification Action réduction, un programme développé par Jour de la Terre Canada qui permet à nos magasins de se fixer des objectifs concrets et de communiquer à la clientèle leurs engagements en matière de réduction des déchets

OBJECTIF

Faciliter la réutilisation pour notre clientèle

DONNÉES

85 %

Nous offrons à notre clientèle une variété de sacs et de bacs réutilisables. Au cours de l'exercice 2021, dans huit cas sur dix, nos clients apportent leurs sacs réutilisables ou n'utilisent aucun sac lorsqu'ils font des achats dans nos magasins

Plastiques et emballages

Ce que nous faisons pour changer les choses

Fini les sacs plastiques!

En 2019, nous avons pris l'engagement de faire notre part pour éliminer le plastique évitable dans l'industrie canadienne de l'épicerie de détail, notamment grâce à l'élimination des sacs en plastique aux caisses. Depuis, nous avons fait des progrès constants en éliminant les sacs en plastique de tous nos magasins Sobeys au début de 2020, puis dans l'ensemble de nos bannières de l'Atlantique et nos magasins IGA du Québec à l'automne. Au printemps 2021, nous avons poursuivi l'initiative dans les bannières FreshCo, Safeway, IGA (Ouest), Foodland Ontario, Bonichoix, Tradition, Farm Boy, Needs et Fast Fuel. Aujourd'hui, nous sommes fiers que tous nos magasins à l'échelle nationale aient éliminé les sacs en plastique à usage unique, et le nouveau membre de notre famille, Longo's, progresse également vers l'atteinte de cet objectif. Nous sommes le premier détaillant alimentaire national à viser l'élimination des sacs d'épicerie en plastique à usage unique dans tout le pays, ce qui représente 800 millions de sacs en plastique retirés de la circulation chaque année. Nous avons la chance de pouvoir compter sur la collaboration de notre clientèle pour atteindre ce jalon et poursuivre notre démarche visant à réduire les plastiques et à adopter de meilleurs emballages pour les générations futures et notre planète.

Magasins certifiés

Le Jour de la Terre Canada a créé le **programme Action Réduction,** une certification pour les supermarchés afin de reconnaître leurs efforts de développement durable, de leur permettre d'établir des objectifs concrets et de faire connaître leurs promesses de réduction des déchets à leur clientèle. La certification comporte six niveaux. Le premier consiste à récupérer le carton et les pellicules de plastique dans les magasins, alors que le niveau le plus élevé est accordé aux magasins qui utilisent toutes les occasions de réacheminement des déchets disponibles pour qu'au moins 80 % de leurs déchets ne soient pas enfouis. Au cours de l'exercice 2021, quelque 247 magasins IGA ont obtenu leur certification dans le cadre du programme Action Réduction. Nous voulons étendre ce programme à nos autres bannières au cours des prochaines années.

Plastiques et emballages

Lave-glace sans gaspillage

Les conditions de conduite souvent difficiles au Canada signifient que le liquide lave-glace n'est pas seulement un atout — c'est une nécessité. Au Québec, sept de nos stations-service Shell ont mis à l'essai une nouvelle façon d'offrir le lave-glace en éliminant complètement les contenants en plastique. Les personnes qui s'arrêtent pour faire le plein peuvent utiliser une nouvelle pompe distributrice bien placée pour remplir leur réservoir de lave-glace en même temps. Chaque machine distributrice contient l'équivalent de 211 contenants en plastique. Depuis le début du projet pilote en octobre 2020, l'équivalent de plus de 3 000 contenants en plastique a été retiré de la circulation. À la lumière des résultats de notre projet pilote, nous évaluons la possibilité d'étendre cette solution écologique et pratique à un plus grand nombre d'établissements.

Trousses d'articles écoresponsables

Le Fonds Éco IGA et le Jour de la Terre Canada unissent leurs forces chaque année pour offrir des trousses d'articles écoresponsables économiques à la clientèle du Québec et du Nouveau-Brunswick. En 2021, ces trousses étaient composées de produits 100 % québécois permettant d'adopter un mode de vie plus écoresponsable au quotidien. Depuis sa création en 2019, le programme a distribué plus de 350 collecteurs de piles usagées, près de 24 000 composteurs domestiques et plus de 90 000 barils de récupération d'eau de pluie. En 2021, les membres de l'équipe du Jour de la Terre ont visité 225 magasins IGA pour faire la promotion de ces trousses, qui comprenaient des couvre-plats en tissu, un sac de conservation des aliments, des essuie-tout réutilisables et une éponge lavable.

Gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire est un enjeu social et environnemental majeur au Canada. Plus de la moitié des aliments jetés par la population canadienne auraient pu être consommés, soit près de 2,2 millions de tonnes d'aliments comestibles gaspillés chaque année pour un coût de plus de 17 milliards de dollars.

En même temps au Canada, l'insécurité alimentaire touche une famille sur sept. En tant que détaillant alimentaire national, nous avons la responsabilité de rediriger les surplus alimentaires de notre chaîne d'approvisionnement vers les communautés qui en ont le plus besoin, et les ressources pour le faire. Nos efforts profiteront également à la planète en réduisant la quantité de nourriture enfouie qui contribue à la création de méthane — un gaz à effet de serre 25 fois plus puissant que le CO_2.

Notre approche

Nous nous engageons à réduire de 50 % la quantité de déchets alimentaires dans nos activités d'ici 2025, à mesurer nos progrès et à en rendre compte conformément à la Norme de comptabilité et de déclaration des pertes et déchets alimentaires. Pour atteindre cet objectif, nous travaillons avec des partenaires partageant des valeurs similaires afin de réduire le gaspillage alimentaire dans nos magasins et notre chaîne d'approvisionnement. Notre stratégie en matière de gaspillage alimentaire est composée de trois grands volets :

Prévenir

Prévenir les pertes et le gaspillage alimentaires dans nos magasins, nos entrepôts et notre chaîne d'approvisionnement grâce à des initiatives comme des liquidations en magasin et sur notre application, la vente de fruits et légumes « moches » et la mise à jour de nos pratiques et lignes directrices d'exploitation.

Réutiliser et redistribuer

Réutiliser et redistribuer autant de surplus alimentaires que possible en faisant des dons et en les réutilisant pour l'alimentation humaine et animale.

Éviter l'enfouissement

Trouver d'autres solutions pour disposer des déchets que les sites d'enfouissement, y compris le compost.

Gaspillage alimentaire

Nos progrès

OBJECTIF

Réduction de 50 % des déchets alimentaires d'ici 2025

DONNÉE

24 %

Entre 2016 et la fin de l'année civile 2020, nous avons réduit de 24 % la quantité de surplus alimentaires générés par pied carré dans nos magasins corporatifs et franchisés.

OBJECTIF

Faciliter l'accès aux denrées périssables à prix réduit grâce à la technologie mobile.

DONNÉE

25 %

D'une année à l'autre, augmentation de près de 25 % du nombre de magasins participants qui utilisent l'application FoodHero dans nos magasins IGA au Québec, et de 134 % du nombre d'articles vendus sur l'application.

OBJECTIF

Réutiliser et redistribuer les surplus autant que possible.

DONNÉE

16

Mise à l'essai réussie de la plateforme de récupération alimentaire de Second Harvest dans 16 magasins au cours de l'exercice 2021, ce qui a mené à un partenariat national pour le déploiement de la plateforme dans nos magasins partout au Canada.

Gaspillage alimentaire

Ce que nous faisons pour changer les choses

Collaborer pour réduire le gaspillage alimentaire en magasin

Toujours dans notre objectif de réduire le gaspillage alimentaire et de lutter contre la faim, nous avons formé un partenariat national avec **Second Harvest,** le plus important organisme de récupération alimentaire au Canada, pour distribuer les surplus de denrées périssables à ceux qui sont dans le besoin partout au pays. Notre objectif commun est d'éviter le gaspillage de 31 millions de livres de nourriture et l'émission d'environ 41 millions de kilogrammes de gaz à effet de serre (GES) par année, soit l'équivalent de 8 600 voitures de moins sur la route. Dans la foulée du succès de notre projet pilote mené dans 16 magasins en 2020, nous allons déployer la plateforme de récupération alimentaire de Second Harvest dans nos bannières Sobeys, Safeway, IGA, Foodland, FreshCo, Thrifty Foods et Voilà au cours des 18 prochains mois. Cette plateforme permet à nos directeurs de magasin de communiquer facilement avec nos partenaires nouveaux et existants comme les banques alimentaires locales et d'autres organismes sans but lucratif. Elle nous permet également d'avertir nos partenaires lorsqu'un don est prêt et de recevoir une confirmation lorsqu'il est ramassé. Parallèlement, nous pouvons obtenir des données en temps réel sur nos progrès en magasin ainsi qu'à l'échelle régionale et nationale.

À plus petite échelle, nous mettons également à l'essai un partenariat avec une entreprise canadienne d'innovation en matière de déchets alimentaires pour lutter contre le gaspillage alimentaire en magasin. **ORCA** a mis au point des machines qui utilisent l'air, l'eau et des micro-organismes — tout comme notre l'appareil digestif — pour transformer les déchets alimentaires en liquide écologique pouvant être rejeté dans les égouts en toute sécurité. Cette approche permet de détourner les déchets alimentaires des sites d'enfouissement et de réduire les émissions des camions à ordures.

Gaspillage alimentaire

Mobiliser la clientèle dans la lutte contre le gaspillage

Nous savons que nos communautés veulent contribuer à protéger l'environnement. C'est pourquoi nous sommes toujours à la recherche de nouvelles façons de les aider à éviter le gaspillage et à passer le mot. Au Québec, nous avons lancé l'application mobile **FoodHero** dans 200 magasins IGA pour permettre à la clientèle d'acheter à prix réduit des denrées périssables qui auraient autrement été gaspillées. Grâce à cette application, plus de 900 000 articles totalisant plus de 300 000 kg ont été récupérés au cours de l'exercice 2021. Cette réalisation remarquable correspond tout à fait au message que nous souhaitons transmettre en soutenant **J'aime manger, pas gaspiller Canada**, une campagne nationale qui fait appel aux entreprises, aux gouvernements et à des groupes communautaires pour inspirer et habiliter les Canadiens à mieux utiliser leurs aliments pour moins gaspiller. En octobre 2020, dans le cadre de la Semaine canadienne de réduction des déchets (#SCRDCanada), nous avons lancé une campagne nationale contre le gaspillage alimentaire dans bon nombre de nos bannières, en magasin et en ligne, afin d'inspirer les Canadiens à réduire le gaspillage alimentaire à la maison. Nous avons fourni des conseils et des astuces pour les aider à rehausser le goût et à réduire le gaspillage. Nos communications sur l'entreposage, la réfrigération, la mise en conserve, la congélation, la déshydratation et le calcul des portions ont rejoint près de 150 000 Canadiens sur nos médias sociaux. En 2015, nous avons collaboré avec le programme **À vos frigos** pour offrir des ateliers gratuits visant à sensibiliser la population du Québec et du Nouveau-Brunswick contre le gaspillage alimentaire.

Soutenir des fournisseurs intelligents

L'entreprise néo-écossaise **Outcast Upcycled Nutrition** transforme des fruits et légumes moches en poudre protéinée. Autrement dit, ces aliments qui auraient autrement été jetés aux ordures ont une deuxième chance de vous aider à rester en santé. Le potentiel d'Outcast nous est apparu dès le départ, et nous lui avons donné accès aux surplus alimentaires de l'un de nos centres de distribution, en plus d'offrir ses produits dans certains de nos magasins de la Nouvelle-Écosse. Nous nous efforçons toujours d'agir dans l'intérêt de nos fournisseurs, et comme le démontre notre partenariat avec Outcast, nos fournisseurs nous aident à atteindre nos objectifs de développement durable.

Initiatives environnementales

Les changements climatiques sont l'un des plus grands défis auxquels nos communautés, nos systèmes alimentaires et notre écosystème sont confrontés. Selon le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat des Nations Unies, nous devons limiter le réchauffement planétaire à 1,5 °C d'ici 2030 afin de réduire le risque de chaleur extrême, de sécheresse, d'inondations et de pauvreté pour des centaines de millions de personnes dans le monde. C'est pourquoi les gouvernements et les entreprises du Canada et du monde entier se sont engagés à réduire considérablement les émissions de gaz à effet de serre (GES).

Nous sommes déterminés à **FaireNotrePart**MD pour agir contre les changements climatiques et protéger notre planète. Au cours de l'exercice 2021, nous nous sommes affairés à examiner et à comprendre l'ensemble de nos impacts afin de déterminer les mesures que nous pouvons prendre pour changer les choses. Nous avons adopté une approche réfléchie, en nous appuyant sur les données pertinentes pour prendre des décisions éclairées et planifier des progrès continus dans le cadre de la prochaine phase de notre stratégie de développement durable qui sera lancée au cours de l'exercice 2023. Nous sommes également déterminés à continuer de travailler avec notre clientèle et nos communautés pour réduire nos impacts.

Initiatives environnementales

Notre approche

Au cours de trois dernières années, nous nous sommes concentrés sur la réduction de notre consommation d'énergie en mettant en œuvre un éventail d'initiatives d'efficacité énergétique, y compris la modernisation des systèmes de réfrigération, d'éclairage et de CVC de plus de 900 magasins. Ces initiatives ont entraîné une réduction cumulative de notre consommation d'électricité de 144 millions de KWh, soit l'équivalent de 34 770 tonnes de CO_2.

Ce programme a jeté les bases solides de notre action en matière de changements climatiques, ce qui nous a permis de mieux comprendre les sources de nos émissions de GES. Au cours de la dernière année, nous avons travaillé avec un consultant tiers et quantifié nos émissions de GES de 2019 (données de référence) afin de concevoir notre premier bilan carbone à l'échelle de l'entreprise. Ce bilan carbone constitue une première étape essentielle de notre démarche en matière de changements climatiques, car il identifiera nos principales sources d'émissions de GES et orientera nos efforts visant à réduire notre empreinte.

L'évaluation englobait tous les magasins corporatifs et franchisés de nos bannières d'épicerie et d'entreprises connexes, ainsi que Farm Boy (Voilà et Longo's n'ont pas été inclus, mais le seront dans les années à venir). L'évaluation a permis de cerner d'importantes sources d'émissions dans les trois niveaux :

Portée 1

Toutes les émissions directes attribuables aux activités

Portée 2

Émissions indirectes de GES attribuables à la consommation d'énergie achetée (p. ex., électricité)

Portée 3

Émissions indirectes de GES non visées par le niveau 2 produites tout au long de la chaîne d'approvisionnement

Pour dresser notre bilan carbone de 2019, nous avons d'abord utilisé le protocole sur les GES pour définir nos limites organisationnelles et opérationnelles et déterminer les activités qui contribuent à chacune des catégories d'émissions des niveaux 1, 2 et 3. Ces activités englobaient l'ensemble de l'entreprise, y compris les activités en amont et en aval :

- **Produits et emballages :** Émissions liées au cycle de vie de la fabrication de nos produits et emballages
- **Transport des produits :** Émissions des véhicules de la flotte de Sobeys et des fournisseurs tiers de services de logistique
- **Bâtiments et exploitation :** Gaz naturel, électricité et rejets de liquide réfrigérant provenant des bureaux et des franchisés
- **Autres émissions de portée 3, y compris :**
    - Émissions liées au cycle de vie des biens d'équipement et des activités de construction
    - Déchets produits à nos établissements
    - Émissions provenant de la production de gaz naturel et d'électricité
    - Utilisation de l'essence vendue à nos stations-service
    - Voyages d'affaires et déplacements des employé(e)s

Initiatives environnementales

Nous avons ensuite identifié les systèmes et les équipes de l'entreprise qui pourraient fournir les données et les renseignements nécessaires pour chacune des activités énumérées ci-dessus. Nous avons collaboré avec des représentants de l'immobilier, des finances, de la chaîne d'approvisionnement, de l'approvisionnement stratégique, des ressources humaines, de Nos marques, des ventes en gros, des entreprises connexes et d'autres fonctions. En plus des représentants fonctionnels, nous avons communiqué directement avec des bannières précises pour nous assurer que les fonctions d'affaires comprises dans la portée de l'inventaire figuraient dans les données recueillies.

En collaboration avec les représentants de chaque équipe, nous avons analysé les données fournies et extrapolé au besoin pour améliorer la couverture des données. Après avoir recueilli toutes les données, nous avons calculé nos émissions à l'aide des facteurs d'émission mis à jour pour l'électricité et divers types d'essence, ainsi que de l'outil d'évaluation de portée 3 du protocole sur les GES pour estimer les émissions à partir des données sur les dépenses pour les sources d'émissions de portée 3.

Cette évaluation a permis d'établir une base de référence détaillée de nos émissions de GES pour l'année civile 2019 ainsi qu'un inventaire des sources de nos émissions.

Émissions de GES*	Émissions totales de GES	Total des émissions de portée 1	Total des émissions de portée 2	Total des émissions de portée 3	Émissions combinées de portée 1 et 2 par unité de pied carré
2019 (données de référence)	**23 678 091 $teCo_2$**	**96 685 $teCo_2$**	**354 893 $teCo_2$**	**22 926 514 $teCo_2$**	**33,73 $kgeCo_2$/pi2**

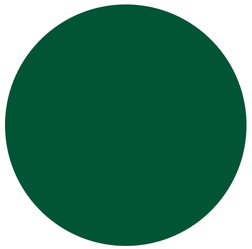
Remarque :

1. L'inventaire des GES pour 2019 englobe tous les magasins corporatifs et franchisés des bannières d'épicerie et d'entreprises connexes de Sobeys inc. et d'Empire en activité en 2019, ainsi que Farm Boy. Cela ne comprend pas les émissions de Voilà et de Longo's puisqu'ils ne faisaient pas partie de nos activités en 2019.
2. Les sources d'émissions de portée 1 comprennent le gaz naturel, le propane et l'essence utilisés pour le chauffage et l'exploitation des magasins, ainsi que le fluide frigorigène, l'essence utilisée par la flotte de l'entreprise et le diesel des génératrices des établissements.
3. Les émissions de portée 1 liées aux fuites de fluide frigorigène sont celles de nos magasins corporatifs où les fournisseurs de services d'entretien sont intégrés à notre système de suivi et de gestion des données d'entretien. Nous améliorerons nos processus de collecte de données au cours de la prochaine année alors que nous poursuivrons notre collaboration avec nos fournisseurs de services pour améliorer la couverture de cette source d'émissions.
4. La source d'émissions de portée 2 est la consommation d'électricité.
5. Les sources d'émissions de portée 3 comprennent les biens et services achetés, les biens d'équipement, les activités liées à l'essence et à l'énergie (non comprises dans les sources de portée 1 ou 2), le transport et la distribution en amont, les déchets générés par l'exploitation, les voyages d'affaires, les déplacements des employés, l'utilisation de produits vendus et les franchises.

Initiatives environnementales

D'où proviennent nos émissions de GES

Il est essentiel de comprendre où nous produisons des émissions de GES pour l'ensemble de nos opérations afin de pouvoir concentrer nos efforts sur les occasions présentant le plus grand potentiel de réduction. Notre évaluation des GES a révélé que notre plus grande source d'émissions provient de la fabrication des produits et des emballages de notre chaîne d'approvisionnement (portée 3), ce qui est typique dans l'industrie de l'épicerie. Parmi les émissions de GES que nous contrôlons directement (portée 1 et 2), nos principales sources d'émissions sont les bâtiments et le transport de nos magasins.



17.4 Mt

Produits et emballages

Cette source d'émissions couvre les émissions liées au cycle de vie de la fabrication des produits vendus dans les magasins corporatifs et franchisés de Sobeys.

217 kt

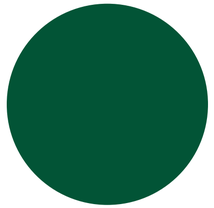
Transport de produits

Émissions liées au transport causées par la consommation de carburant de la flotte de camions* et de la flotte de voitures de Sobeys, ainsi que des fournisseurs de services logistiques tiers pendant le transport des produits.

975 kt

Bâtiments et opérations

Utilisation de carburant et d'électricité et rejets de frigorigène dans les magasins corporatifs, les centres de distribution, les bureaux (émissions de portée 1 et 2) et les franchisés (émissions de portée 3) de Sobeys.



5 Mt

Autres émissions de portée 3

Les autres émissions de portée 3 en amont comprennent l'utilisation des produits vendus, les biens d'équipement achetés, les émissions en amont issues de la production de carburant et d'électricité et les émissions provenant des déchets générés.

Émissions de portée 1
Émissions de portée 2
Émissions de portée 3

50 Kt

Autres déplacements

Cette catégorie couvre les émissions de portée 3 liées aux voyages d'affaires et aux déplacements des employés pour se rendre au travail.

+Toutes les unités sont en kteCo2 (kilotonnes d'équivalent de dioxyde de carbone).
*Émissions de portée 1 liées au transport estimées en fonction des dépenses en carburant fournies et du prix moyen du diesel de 2019 publié par Ressources naturelles Canada.

Initiatives environnementales

Utilisation durable de l'énergie

Au cours des dernières années, nous avons mis en place plusieurs meilleures pratiques dans toutes les bannières pour améliorer la gestion énergétique afin de réduire la consommation d'énergie dans nos magasins, y compris :

Principales réalisations de l'exercice 2019	Principales réalisations de l'exercice financier 2020	Principales réalisations de l'exercice financier 2021
• Modernisation des plafonniers de 15 millions de pieds carrés dans nos magasins et nos centres de distribution (25 % de la flotte)	• Modernisation des plafonniers dans 400 établissements.	• Modernisation des plafonniers dans 200 établissements.
• Mise à l'essai de 16 projets pilotes dans 16 magasins pour cerner les initiatives qui seront mises en œuvre au cours des exercices 2020 et 2021.	• Modernisation de l'éclairage des présentoirs dans 500 établissements.	• Modernisation de l'éclairage des présentoirs dans 134 établissements.
• Heures d'éclairage reprogrammées dans plus de 400 établissements.	• Remise en état des systèmes de réfrigération et de CVC dans 200 établissements.	• Installation de moteurs de ventilateur SMC dans 88 établissements.
• Mise en œuvre du tableau de bord pour suivre et comparer la consommation énergétique (kWh/pi2).	• Modernisation des systèmes de cuisine dans plus de 500 établissements.	• Installation de compresseurs Discus Digital dans 105 établissements.

Nous sommes également fiers de nous associer à Jour de la Terre Canada et à Ressources naturelles Canada pour installer 100 bornes de recharge rapide de niveau 3 dans les stationnements de 50 épiceries IGA au Québec et au Nouveau-Brunswick d'ici l'automne 2021. Nos clients pourront recharger leur véhicule en seulement 20 minutes, soit le temps nécessaire pour faire leur épicerie. Pour aider nos communautés et leurs véhicules, les profits des bornes de recharge seront remis à un organisme communautaire local dans chacune des 50 municipalités où elles seront installées.

Initiatives environnementales

Promouvoir l'action climatique dans nos communautés

Dans le cadre de notre engagement à éliminer progressivement les sacs d'épicerie en plastique à usage unique, nous prenons également des mesures pour réduire les répercussions des sacs en papier vendus dans nos magasins. Nous faisons un don à l'organisme de bienfaisance international One Tree Planted, qui utilise ce financement pour planter des arbres afin de compenser les émissions de carbone. Grâce à notre soutien, le groupe plante 14 000 arbres en Nouvelle-Écosse et reboise 27 acres d'anciennes terres agricoles grâce à des espèces d'arbres soigneusement choisies en fonction de la biodiversité, de la stabilité climatique et de la communauté environnante de chaque site. Notre partenariat avec One Tree Planted se poursuit en Colombie-Britannique, en Ontario et au Québec.

Nos produits

Approvisionnement responsable

Derrière chaque produit en magasin se cache l'histoire des gens qui l'ont fabriqué et aidé à le livrer à notre clientèle. Pensez aux agriculteurs et aux fabricants, aux emballeurs et aux livreurs, aux fournisseurs et aux vendeurs. De vraies personnes travaillent fort et prennent des décisions quant aux ressources dont elles ont besoin, comme l'énergie, l'eau, les matières premières et l'effort humain.

Nous croyons que les gens derrière les produits que nous vendons méritent d'être traités équitablement et encouragés à utiliser les ressources de façon durable. En tant que détaillant alimentaire national, nous nous engageons à utiliser notre envergure et notre influence de façon responsable en prenant des mesures pour proposer de plus en plus de produits qui aident les communautés et protègent la planète.

Approvisionnement responsable

Notre approche

Au cours de la dernière année, nous avons élaboré ou mis à jour des lignes directrices pour un approvisionnement dans le souci de l'éthique et de l'environnement qui comprennent des objectifs précis au sujet du bien-être animal, des **fruits de mer durables** et de **l'huile de palme certifiée durable** (disponible en anglais seulement). Ces lignes directrices, qui sont d'abord axées sur les produits de Nos marques, mettent sur papier nos engagements en matière d'approvisionnement et guident nos équipes dans leur travail.

Nous tenons également à prendre les bonnes décisions face à nos fournisseurs et à promouvoir les normes nationales tout en choisissant des producteurs et agriculteurs locaux. Notre objectif est de continuer à croître et à innover afin de pouvoir nourrir encore plus de familles et d'entreprises canadiennes.

Bien-être animal

Le bien-être des animaux est une priorité pour nous. En 2013 et en 2016, nous avons annoncé avec d'autres détaillants que nous nous engagions à nous approvisionner en produits de porc frais auprès de producteurs qui n'utilisent pas de caisses de gestation pour les truies enceintes d'ici la fin de 2022 et à nous approvisionner uniquement en œufs pondus par des poules en liberté d'ici la fin de 2025. Nous maintenons le cap sur ces objectifs et continuons de travailler avec nos équipes d'approvisionnement interne ainsi qu'avec nos partenaires externes comme nos fournisseurs, le **Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE)** et le **Conseil canadien du commerce de détail (CCCD)** pour évaluer nos progrès et cibler les occasions de respecter ces engagements.

Étant donné que tous les éléments de notre chaîne d'approvisionnement complexe dépendent de multiples partenaires, nous reconnaissons que nous n'atteindrons pas ces objectifs dans les délais prévus, mais nous n'y renoncerons pas. Comme nous l'avons annoncé dans notre **mise à jour de juin 2021 à l'intention des parties prenantes,** nous continuerons de participer aux forums clés pour encourager l'ensemble de l'industrie à respecter des normes plus élevées en matière de bien-être animal.

Fruits de mer durables

Au cours de l'exercice fiscal 2021, nous avons publié des lignes directrices sur notre approvisionnement en poissons et fruits de mer durables pour les produits frais et surgelés de Nos marques. Nous nous engageons à ce qu'au moins 95 % des produits d'ici 2025 soient certifiés par un organisme indépendant ou recommandés par , un organisme mondial de conservation des océans qui veille à l'utilisation de produits respectueux des océans. En date de l'exercice 2021, 96 % des fruits de mer frais et surgelés de Nos marques offerts en magasin par étaient certifiés durables.

Huile de palme certifiée durable

Sous la direction de la **table ronde sur l'huile de palme certifiée durable**, nous nous engageons à utiliser de l'huile de palme certifiée durable dans les produits Nos marques. En décembre 2020, 98,6 % de l'huile de palme utilisée pour les produits de Nos marques était une huile de palme certifiée durable entièrement traçable. Le 1,4 % restant a été certifié à l'aide de crédits.

Approvisionnement responsable

Nos progrès

OBJECTIF

Engagements en matière de bien-être animal : (1) Acheter tous les produits de porc frais de producteurs n'utilisant pas de caisses de gestation d'ici la fin de 2022; 2)acheter uniquement des œufs pondus par des poules en liberté d'ici la fin de 2025.

DONNÉES

30%

(1) Plus de 30 % des truies du fournisseur du porc haché maigre de Nos marques sont logées dans des systèmes de stabulation libre; (2) les œufs pondus par des poules en liberté (en parcours libre, en autonomie libre et biologiques) représentent environ 17,5 % de nos ventes totales d'œufs en date de la fin de l'exercice 2021 (1er mai 2021). Cliquez ici pour consulter la mise à jour de juin 2021 sur nos engagements en matière de bien-être animal.

OBJECTIF

D'ici 2025, au moins 96 % des poissons et fruits de mer frais et surgelés de Nos marques seront certifiés par un organisme indépendant ou recommandés par Ocean Wise. Tous les autres devront participer à un projet d'amélioration des pêcheries ou de l'aquaculture.

DONNÉES

96 %

des poissons et fruits de mer frais et surgelés de Nos marques sont certifiés durables par un un organisme indépendant ou recommandés par Ocean Wise.

OBJECTIF

En 2020, nous avons effectué un virage complet vers l'utilisation d'huile de palme certifiée durable.

DONNÉES

100%

En décembre 2020, 100 % de l'huile de palme utilisée dans Nos marques était certifiée durable, et 98,6 % de cette huile était certifiée entièrement traçable. Le 1,4 % restant a été certifié à l'aide de crédits.

Approvisionnement responsable

Ce que nous faisons pour changer les choses

Soutenir le bien-être animal

À titre de membre du **Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE)**, nous nous engageons à traiter tous les animaux d'élevage de notre chaîne d'approvisionnement de façon respectueuse. Nous nous approvisionnons en protéines animales — bœuf, lait, œufs, volaille et porc, entre autres — auprès de partenaires de transformation et de distribution qui, eux, s'approvisionnent principalement auprès de fermes canadiennes. Chaque industrie d'élevage est représentée par une association commerciale qui détient ses propres exigences réglementaires régissant le bien-être animal et la salubrité des aliments. Chacune de ces associations possède son code de bonne pratique et ses programmes d'évaluation du bien-être animal, que nous consultons fréquemment.

Nous avons à maintes reprises encouragé et soutenu les améliorations apportées au bien-être animal. Par exemple, nous avons appuyé le plan des associations du veau du Québec et de l'Ontario, qui vise à encourager les éleveurs à délaisser les stalles individuelles et à adopter les logements collectifs. En 2018, nous avons respecté cet engagement : 100 % de notre veau frais provient maintenant de fournisseurs qui ont fait la transition vers des logements collectifs. Il s'agit maintenant de la norme de l'industrie énoncée dans le Code de pratiques.

Au fil du temps, nous ajoutons également de nouveaux choix de protéines à base de plantes dans nos magasins. Par exemple, nous avons été le premier détaillant au Canada à offrir le Impossible Burger par Impossible Foods, un produit à base de protéines de remplacement qui offre tout le goût d'un burger traditionnel, sans la viande.

Approvisionnement responsable

Promouvoir la durabilité grâce à Nos marques[1]

La qualité et la valeur que nous offrons à notre clientèle grâce aux offres Nos marques, y compris Compliments et Panache, sont une grande source de fierté pour nous. Pour l'exercice 2021, l'huile de palme utilisée dans Nos marques a obtenu la certification de la table ronde sur l'huile de palme certifiée durable. De même, 96 % des poissons et fruits de mer frais et surgelés de Nos marques sont certifiés par le Marine Stewardship Council, l'Aquaculture Stewardship Council ou les Best Aquaculture Practices. Plus de 30 % du porc haché maigre de Nos marques provient de fermes où les truies sont logées dans des systèmes de stabulation libre . De plus, nous avons continué d'investir dans des relations éthiques avec nos fournisseurs grâce à plus de 11 produits Nos marques ayant reçu la certification Fairtrade. Voici d'autres faits saillants sur Nos marques :

- Plus de 25 de nos produits Nos marques arborent le logo des Producteurs laitiers du Canada, ce qui s'inscrit dans notre soutien de longue date pour les produits canadiens.
- Nous sommes fiers d'être membres de Plant-Based Foods of Canada, et les produits à base de plantes Nos marques sont certifiés par des tiers.
- Tous nos produits Nos marques biologiques respectent les lignes directrices et les substances autorisées selon le processus canadien de certification des produits biologiques.
- Nos marques respectent toutes les exigences de certification et de traçabilité prévues par la Loi sur la salubrité des aliments au Canada.

[1] Nos marques désignent les produits de la marque privée de Sobeys inc. seulement. Nos marques ne comprennent pas les marques privées de Longo's et Farm Boy.
[2] Un système de stabulation libre permet de loger des truies dans des enclos collectifs pendant leur période de gestation. Pour la sécurité des animaux et des soignants, les truies sont logées dans des stalles pendant leurs périodes d'allaitement et de reproduction.

Approvisionnement responsable

Favoriser des transactions équitables avec les fournisseurs

Nous nous engageons à nouer des partenariats respectueux et durables avec les fournisseurs à l'échelle nationale et locale. Nous avons eu l'honneur de collaborer avec **Produits alimentaires, de santé et de consommation du Canada** pour élaborer la première **ébauche du Code de pratiques pour l'approvisionnement des épiceries** au Canada, une entente qui permettra de créer un terrain plus équitable pour les détaillants et les fournisseurs. L'ébauche du code favorise des relations équitables, des partenariats mutuellement bénéfiques, la certitude commerciale, la transparence, des processus clairs pour résoudre les différends et une vision pour veiller à ce que notre industrie continue d'offrir une valeur ajoutée à la clientèle par des moyens durables. Nous avons soumis l'ébauche du code au groupe de travail fédéral, provincial et territorial (FPT) du ministère de l'Agriculture et attendons avec impatience les commentaires et le soutien d'autres détaillants alimentaires partout au pays.

Partenaires fournisseurs

Demeurer fidèles à nos origines est une technique efficace pour créer de meilleurs produits pour les familles canadiennes. La bannière Sobeys a vu le jour en tant qu'entreprise familiale du Canada atlantique. Fidèles à ce patrimoine, nous soutenons fièrement les producteurs, agriculteurs et fournisseurs locaux partout au Canada. Nous sommes toujours à l'affût de nouvelles idées et nous travaillons main dans la main avec des partenaires locaux et nationaux qui partagent notre passion pour l'innovation afin de trouver les meilleurs choix pour notre clientèle et nos communautés.

Notre approche

Nous avons à cœur d'établir des relations avec les fournisseurs qui stimulent l'innovation et soutiennent des économies locales fortes et diversifiées. Au cours de l'exercice 2021, nous avons ajouté plus de 2 500 nouveaux produits locaux à nos tablettes à l'échelle nationale, ce qui a fait bondir le nombre de partnenaires producteurs et fournisseurs locaux de 30 %.

[1] Nos marques désignent les produits de la marque privée de Sobeys inc. seulement. Nos marques ne comprennent pas les marques privées de Longo's et Farm Boy.
[2] Un système de stabulation libre permet de loger des truies dans des enclos collectifs pendant leur période de gestation. Pour la sécurité des animaux et des soignants, les truies sont logées dans des stalles pendant leurs périodes d'allaitement et de reproduction.

Partenaires fournisseurs

Communiquer avec les fournisseurs locaux

Nous savons que notre clientèle veut manger local et encourager nos produits locaux, tout comme nous. Depuis 2018, nous avons organisé des tournées pancanadiennes pour encourager les producteurs et agriculteurs locaux à commercialiser leurs produits dans nos magasins. Les tournées comportent des présentations instructives et interactives pour démontrer notre engagement envers les producteurs locaux, célébrer nos partenariats existants et nouer de nouvelles relations. Même si nous avons dû adopter un format virtuel cette année en raison de la pandémie, nous avons eu le plaisir de présenter les gagnants de chaque province dans un éventail de catégories à plus de 1 000 personnes lors des tournées. Voici quelques-uns de nos fournisseurs gagnants :

Province	Catégorie	Fournisseur local	
Colombie-Britannique	Innovation	**Farming Karma** Située dans la vallée de l'Okanagan, en Colombie-Britannique, Farming Karma a mis au point une gamme de produits rafraîchissants qui est devenue extrêmement populaire auprès de notre clientèle, qui recherche une solution de rechange saine aux boissons gazeuses traditionnelles. Offrant d'abord une seule sorte de soda aux pommes, l'équipe de Farming Karma en propose maintenant cinq sublimes, tout en continuant de fonder son modèle de croissance sur l'innovation.	
Alberta	Global	**Twigz** Ce fournisseur de Calgary a fait son entrée dans nos magasins en 2019 et n'a jamais cessé de croître depuis. À l'origine, les produits Twigz n'étaient vendus que dans quelques magasins, mais on les trouve aujourd'hui dans plus de 100 magasins Sobeys, Safeway et IGA en Alberta. L'objectif de l'entreprise est de traverser les frontières et de se forger une réputation dans la catégorie des collations. Véritable entreprise familiale toujours à la recherche d'occasions de croissance, ce fournisseur a travaillé en étroite collaboration avec nos magasins pour veiller à la disponibilité de ses produits.	
Saskatchewan	Global	**Parkerview Brews** Parkerview Brews Kombucha est une entreprise fièrement détenue par une femme et exploitée par sa famille depuis 2017. Tout a commencé par des expériences à l'aide de diverses méthodes de brassage, mais l'objectif est vite devenu d'utiliser la science, les compétences et la créativité pour créer des boissons fonctionnelles pures, équilibrées et rafraîchissantes. L'équipe a travaillé avec diligence pour suivre toutes les étapes leur permettant de figurer sur la liste de référence du programme local et d'obtenir la certification HACCP (analyse des risques et maîtrise des points critiques) à l'été 2020. Après le processus de référence, l'équipe a travaillé rapidement et étroitement avec nos magasins pour se frayer une place dans la plupart des magasins de la Saskatchewan.	
Manitoba	Nouveau	**Spenst Bros. Premium Meats** Spenst Bros. Premium Meats est une entreprise familiale fondée en 2003 à Winkler, au Manitoba. En 2020, les pizzas à croûte mince de l'entreprise produites localement ont été mises en vente dans nos magasins Sobeys, Safeway et IGA et ont rapidement gagné le cœur de notre clientèle. Leur succès est alimenté par des stratégies promotionnelles de lancement solides, un engagement actif et un soutien indéfectible envers nos collègues en magasin. En raison de la demande accrue, ils continuent de prendre de l'expansion dans de nouveaux magasins partout au Manitoba.	

Province	Catégorie	Fournisseur local	
Ontario	Global	**MEMA Foods International** MEMA Foods est une belle histoire de réussite : l'entreprise connaît une croissance fulgurante au sein de Sobeys. Récemment, elle a augmenté sa production de 20 %, ce qui a permis de créer plus d'emplois dans leur communauté. Grâce à la persévérance de l'équipe de MEMA Foods et aux visites directes en magasin, la demande pour leurs produits a augmenté rapidement. Non seulement elle offre un excellent soutien à nos magasins, mais elle vient également en aide à la communauté en faisant don de toutes les soupes et les sauces en surstock à diverses banques alimentaires.	
Ontario	Meilleur fournisseur local	**Killer Krumbs** Située à Kenora, en Ontario, l'entreprise offre trois variétés de chapelure inspirées des étendues infinies des lacs du nord de l'Ontario. Killer Krumbs est une entreprise familiale qui fabrique ses produits en petits lots. L'équipe travaille fort pour garder les produits en magasin frais et sur les tablettes dans nos magasins IGA et Safeway du nord-ouest de l'Ontario. Les produits de Killer Krumbs continuent de gagner en popularité auprès de notre clientèle.	
Nouveau-Brunswick	Nouveau	**Oyster Kings** Avec la fermeture de nombreux restaurants pendant la COVID-19, Oyster Kings a vite compris que bien des gens chercheraient encore à savourer des huîtres à la maison au sein de leurs bulles familiales. Ils ont créé le nouveau paquet d'huîtres acadiennes Pearl, composé de 20 huîtres fraîches de choix. Il a été lancé fin juillet 2020, juste à temps pour la Fête du Nouveau-Brunswick. Non seulement ce paquet s'est avéré favori pendant les longs week-ends et les jours fériés, mais il est aussi populaire dans la plupart des magasins Sobeys du Nouveau-Brunswick.	
Nouvelle-Écosse	Innovation	**Shivani's Kitchen** En 2019, Shivani Dhamija a lancé ses mélanges d'épices indiennes chez Sobeys sous la marque Shivani's Kitchen. En 2020, elle a fait passer l'accessibilité de cuisine indienne à un niveau supérieur avec le lancement de ses sauces indiennes novatrices prêtes à l'emploi. Les sauces sont faites d'ingrédients frais provenant de fermes locales et sont inspirées des recettes de sa grand-mère. Elles sont toutes exemptes de sel, de gluten et de produits laitiers. Alors que bien des gens redécouvrent le plaisir des plats cuisinés à la maison, ces sauces sont le complément parfait d'un repas digne des meilleurs restaurants préparé dans le confort de votre foyer.	
Terre-Neuve-et-Labrador	Innovation	**Skir Enterprises** Au cours de la dernière année, de nombreuses entreprises locales se sont mobilisées pour fabriquer du désinfectant pour les mains afin de protéger le public contre la COVID-19. L'équipe de Skir Enterprises de Grandfalls-Windsor, à Terre-Neuve-et-Labrador, a pris la décision cruciale de fabriquer du désinfectant pour les mains, mais aussi de lancer une nouvelle entreprise. En plus de vouloir protéger la population, elle a fait un pas de plus et décidé de produire des emballages novateurs et pratiques. C'est ainsi que le vaporisateur de cartes de crédit est devenu très populaire auprès de la clientèle.	
Île-du-Prince-Édouard	Innovation	**Anne of Green Gables Chocolates** Cette année, Anne of Green Gables Chocolates et Cows ont ravi notre clientèle en lui offrant des paniers-cadeaux novateurs tout au long de l'année. Les gens de l'Île-du-Prince-Édouard ont eu l'occasion d'acheter des paniers-cadeaux de Pâques, de la fête des Mères, de la fête des Pères, de graduation et de la fête du Canada, composés d'articles des marques Anne of Green Gables, Cows, Lucky Fox et Island Spud. Ce succès a mené à une expansion pour le temps des Fêtes, avec des paniers-cadeaux offerts partout dans les Maritimes.	

Partenaires fournisseurs

Amour local, boîtes locales

Alors que les marchés fermiers sont sur pause et que les producteurs locaux subissent les effets de la pandémie, nous partageons notre amour pour les produits locaux en offrant des boîtes de produits régionaux à la clientèle de l'Alberta, du Manitoba et de l'Ontario pendant l'exercice 2021. Inspirées de divers thèmes comme l'été et la période des Fêtes, ces boîtes permettent à notre clientèle de découvrir et d'explorer une vingtaine de produits de la province, y compris du thé, du maïs soufflé, du baume à lèvres et du nettoyant pour les mains. Par exemple, pour célébrer la Journée internationale des femmes l'an dernier, des collègues de Sobeys en Ontario se sont associés à l'entreprise détenue par des femmes **Nature Knows** pour présenter leurs produits dans une boîte biodégradable spécialement conçue pour faciliter l'achat local et écologique.

Partenaires d'innovation

avons collaboré avec l'entreprise montréalaise **Alvéole** pour implanter des fermes apicoles urbaines sur les toits de nos magasins partout au pays. Les abeilles y produisent du miel on ne peut plus local pour notre clientèle et contribuent ainsi, par la pollinisation, à la santé des écosystèmes de nos villes. Nous avons aussi établi un partenariat avec Infarm, l'une des entreprises de potagers urbains d'intérieur en magasin les plus évoluées et à la croissance la plus rapide au monde, afin de cultiver et de récolter des produits frais directement dans certains magasins Sobeys, Safeway et Thrifty Foods du Canada. Chaque unité d'agriculture verticale est un écosystème autonome qui recrée les conditions idéales dont les plantes ont besoin pour pousser, et ce, grâce à l'apprentissage automatique et à la technologie d'intelligence artificielle. Cette initiative avantageuse pour tous, tant pour la clientèle que pour l'environnement, permet d'obtenir de délicieux légumes verts tout en réduisant considérablement la consommation d'eau et d'énergie, entre autres.

Nous sommes inspirés par les esprits intelligents qui sous-tendent des entreprises en démarrage comme Alvéole et Infarm, et nous visons à encourager davantage d'entrepreneurs et d'innovateurs dans nos communautés grâce à notre partenariat au sein de **R-Purpose MICRO**, un programme intensif de 12 semaines conçu pour aider les entreprises locales à accélérer leur croissance et à renforcer leur résilience par l'établissement d'objectifs, la durabilité et la circularité. Au cours de l'exercice 2021, nous avons aidé 15 petites et moyennes entreprises de l'Ontario à profiter du programme **R-Purpose MICRO** et nous sommes enthousiastes à l'idée de lancer cette initiative dans toutes nos régions au cours de l'exercice 2022.

Qualité et salubrité des produits

Les familles canadiennes comptent sur les aliments et autres produits que nous vendons pour rester fortes et en santé. Il est donc de notre devoir de veiller à ce que tout ce qui se trouve dans nos magasins respecte nos critères de salubrité et de qualité. Ce travail a été plus important que jamais pendant la COVID-19, étant donné que la pandémie a perturbé nos chaînes d'approvisionnement et nos processus normaux. Malgré ces défis supplémentaires, notre équipe a continué de respecter les normes élevées auxquelles nous adhérons et que notre clientèle exige.

Qualité et salubrité des produits

Notre approche

Compte tenu de notre engagement à prendre soin de notre clientèle, il est de notre devoir de nous assurer que nos épiceries et notre chaîne d'approvisionnement respectent les normes de l'industrie. Nos épiceries et nos entrepôts sont soumis à un processus de vérification annuel rigoureux par une entreprise externe spécialisée. Ces établissements font l'objet d'une vérification deux fois par année en fonction des normes de l'industrie, des protocoles internes de salubrité des aliments et des normes de santé publique. Les résultats sont utilisés pour favoriser l'amélioration continue de nos programmes internes de salubrité des aliments. Au cours de l'exercice 2021, 2 345 inspections de salubrité alimentaire ont été effectuées dans nos épiceries, ainsi que 46 vérifications d'entrepôts et de transbordement.

Notre équipe a élaboré des politiques et des procédures fondées sur les meilleures pratiques de l'industrie ainsi qu'un formulaire de vérification technique fondé sur les risques qui permet d'évaluer les activités des magasins et des entrepôts pour assurer la mise en œuvre et le maintien efficaces des programmes de salubrité des aliments. Tous les problèmes détectés au cours de ces vérifications sont corrigés par le site approprié. Des actions correctives et préventives efficaces sont mises en œuvre par les équipes sur place pour éviter toute récurrence, et le processus est suivi et approuvé par notre équipe interne de gestion de la salubrité alimentaire.

Afin d'assurer la conformité aux normes de salubrité alimentaire les plus élevées pour tous les produits Nos marques, notre équipe des affaires réglementaires et salubrité des aliments travaille en étroite collaboration avec les équipes de l'assurance de la qualité et du service à la clientèle de Nos marques. Nos collègues analysent les données pour déterminer et évaluer les risques. Nous pouvons ainsi résoudre les problèmes potentiels de salubrité alimentaire avant qu'ils ne touchent notre clientèle. Il s'agit d'un processus en circuit fermé dans le cadre duquel toutes les plaintes et préoccupations concernant la salubrité des aliments des produits Nos marques sont consignées et font l'objet d'une enquête. Nos collègues travaillent également en étroite collaboration avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), Santé Canada et l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) pour traiter les plaintes des consommateurs et les enquêtes sur les produits.

Notre équipe des affaires réglementaires et salubrité des aliments aide nos établissements à répondre aux demandes de renseignements de l'ACIA et de l'ASPC. En raison de l'impact de la pandémie, nous avons constaté une diminution radicale des demandes de renseignements des autorités gouvernementales. Cette baisse n'a pas changé notre processus ni notre engagement à continuer de soutenir chacun de nos magasins.

Dans un effort d'amélioration continue, nous suivons et surveillons toutes les demandes des organismes gouvernementaux portant sur l'étiquetage. Nos équipes communiquent avec les établissements dès la réception d'une demande d'information. Nous disposons d'un système entièrement fermé dans le cadre duquel nous lançons une enquête, prenons contact avec les parties prenantes pour résoudre les problèmes et communiquons avec tous les ordres de gouvernement pour nous assurer que les questions sont réglées de façon appropriée.

Qualité et salubrité des produits

Nos progrès

Au cours de l'exercice 2021, nous avons approuvé 254 nouveaux fournisseurs locaux dans tous nos établissements à l'extérieur du Québec.

Malgré la pandémie, nous avons maintenu 100 % de nos vérifications de salubrité alimentaire.

Nous avons collaboré avec des distilleries pour examiner les exigences en matière de désinfectant et d'étiquetage. Elles travaillaient alors à modifier leurs activités afin de répondre à la demande accrue de désinfectant dans le contexte de la pandémie.

Santé et nutrition

Nous travaillons toujours sans relâche pour aider notre clientèle à faire des choix plus sains et nutritifs afin de favoriser la santé physique et mentale partout au Canada. C'est pourquoi nous nous sommes donné pour mission de promouvoir l'éducation et le savoir-faire en matière de nutrition dans nos communautés grâce à notre **programme d'investissement communautaire**. Il s'agit également d'un engagement que nos collègues mettent en œuvre chaque jour dans nos magasins, où nous ajoutons continuellement de nouveaux aliments et produits de santé qui sont non seulement bons pour vous, mais aussi délicieux.

Santé et nutrition

Notre approche

Notre engagement à soutenir la santé de notre clientèle consiste notamment à mettre l'accent sur la qualité nutritionnelle de Nos marques et à agir rapidement pour cerner et combler les nouveaux besoins de la clientèle en matière de protéines végétales et d'autres options santé.

L'équipe Nos marques suit avec diligence les tendances de consommation, comme la demande accrue pour des protéines végétales, et les transforme rapidement en offres délicieuses comme notre trempette aux amandes à base de plantes Compliments. Tous nos produits Compliments sont conçus pour répondre aux normes en matière de santé et de nutrition, comme les directives de 2016 de Santé Canada sur l'apport en sodium. Nous misons également sur les normes internes relatives aux attributs des produits, comme les normes sur les saveurs et les couleurs. Nous nous efforçons de tester nos produits et de consigner les résultats pour nous assurer que l'information sur ceux-ci est exacte et complète. Les produits existants font régulièrement l'objet d'une vérification externe et interne par un tiers pour s'assurer qu'ils demeurent uniformes.

L'ensemble de la gamme Compliments comprend plus de 750 produits qui répondent aux besoins nutritionnels et de santé de la clientèle, notamment :

Compliments Biologique
Des choix naturellement délicieux — des aliments frais aux gâteries prêtes à savourer — et conformes aux normes de la Quality Assurance International.

Compliments Simple Naturellement
Nous avons récemment lancé 24 articles à base de crevettes sans produits chimiques dans notre gamme Compliments Simple Naturellement, ainsi que six produits à base de plantes.

Compliments Équilibre
Des produits bénéfiques pour la santé, évalués par des diététistes certifiés, pour aider la clientèle à adopter un mode de vie plus sain et plus équilibré. Au fil du temps, nous intégrons ces produits à la principale marque Compliments dans le cadre de notre engagement à rendre tous les produits de Nos marques sains et nutritifs.

Compliments Sans gluten
Tous les produits certifiés sans gluten ne font aucun compromis sur le goût, la texture ou la qualité

Compliments Pensons vert
Une gamme de produits écologiques pour la maison et sans danger pour la famille pour aider la clientèle à faire des choix écoresponsables.

À propos de nous

Empire Company Limited est une entreprise fièrement canadienne en activité dans le secteur de l'alimentation de détail depuis plus de 114 ans. À titre de l'un des deux seuls détaillants en alimentation d'envergure nationale au pays, nous offrons à la population canadienne la nourriture dont ils ont besoin grâce à un réseau d'environ 1 500 magasins dans les dix provinces canadiennes. Nos magasins opèrent sous diverses bannières de détail, notamment les épiceries Sobeys, Safeway, IGA, Foodland, FreshCo, Thrifty Foods, Farm Boy et Longo's, ainsi que les pharmacies Lawtons et plus de 350 postes d'essence. Empire exploite également des activités d'épicerie de détail en ligne, y compris notre plus récente bannière, Voilà.

Nos principaux formats de magasins de détail et nos entreprises connexes sont conçus pour nous assurer d'offrir des produits adéquats dans des magasins de la bonne taille pour chaque marché que nous desservons, qu'il s'agisse de supermarchés à gamme complète de services ou de dépanneurs, chacun étant personnalisé selon les besoins uniques de notre clientèle.

Notre identité et notre force reposent sur nos valeurs fondamentales : nous sommes passionnés par nos clients, propulsés par nos gens, engagés dans nos communautés et axés vers les résultats. Notre raison d'être — nous sommes une famille qui nourrit l'esprit de famille — est d'entretenir la passion collective qui nous habite et d'accomplir la mission que nous nous sommes fixée : embellir la vie des familles, des communautés et de nos 134 000 employés, d'un océan à l'autre.

Pour en savoir plus : **Empire** | **Sobeys inc.**

Nombre d'employés :
134 000[1]

Nombre de magasins :
1 581
(en excluant les stations-service et les dépanneurs connexes)

Superficie totale en pieds carrés :
40,3 millions

Communautés servies
928

[1]Employés de Sobeys inc. et de nos marchands franchisés et affiliés

Notre stratégie

Projet Horizon

Le Projet Horizon est notre stratégie triennale visant à générer un BAIIA annualisé supplémentaire de 500 millions de dollars d'ici la fin de l'exercice financier 2023. En nous appuyant sur le succès retentissant du Projet Sunrise, notre stratégie triennale précédente, nous sommes bien positionnés pour accélérer notre croissance grâce à notre part de marché et à notre discipline en matière de coûts et de marges.

Accroître notre part de marché

- Investir dans le réseau de magasins d'Empire
- Améliorer la productivité de l'espace des magasins
- Devenir le chef de file de l'épicerie en ligne au Canada
- Élargir le portefeuille de marques maison d'Empire
- Offrir la meilleure expérience personnalisée à la clientèle

Tirer parti de notre discipline en matière de coûts et de marges

- Favoriser l'efficience de l'approvisionnement non lié à la mise en marché
- Continuer à accroître l'efficience de l'approvisionnement lié à la mise en marché
- Investir dans les meilleures solutions d'analytique pour offrir les meilleures promotions
- Optimiser la productivité de la chaîne d'approvisionnement
- Améliorer les systèmes et les processus

Faits saillants financiers

Empire Company Limited (TSX : EMP.A) est une entreprise canadienne dont le siège social est situé à Stellarton, en Nouvelle-Écosse. Ses principales activités sont la vente au détail de produits alimentaires par sa filiale en propriété exclusive, Sobeys inc., et les activités immobilières connexes. Grâce à un chiffre d'affaires annuel de quelque 28,3 milliards de dollars et à des actifs d'environ 15,2 milliards de dollars, Empire, ses filiales et ses marchands franchisés et affiliés emploient environ 134 000 personnes. Des renseignements financiers supplémentaires sur Empire, y compris la notice annuelle, peuvent être consultés sur le site Web de la société **(www.empireco.ca)** ou sur SEDAR **(www.sedar.com)**.

VENTES (en milliards de dollars)

5,9 %
TCAC[3] sur 10 ans

4,4 %
TCAC sur 4 ans

BAIIA AJUSTÉ[1] (en millions de dollars)

9,9 %
TCAC sur 10 ans

28,1 %
TCAC sur 4 ans

BÉNÉFICE NET AJUSTÉ[1][2] (en millions de dollars)

8,8 %
TCAC sur 10 ans

38,4 %
TCAC sur 4 ans

DIVIDENDES ($ par action)

6,9 %
TCAC sur 10 ans

6,1 %
TCAC sur 4 ans

(1) Voir la section « Mesures financières et paramètres financiers non conformes aux PCGR » de la rubrique « Gestion du risque » du rapport de gestion annuel **d'Empire 2021.** (Disponible en anglais seulement)
(2) Attribuable aux propriétaires de la Société.
(3) Taux de croissance annuel composé.

Annexe

Tableau de données sur la performance en matière de développement durable pour l'exercice 2021

Notre tableau de données sur le rendement en matière de développement durable donne un aperçu de nos progrès au cours de l'exercice 2021 par rapport aux principaux objectifs de nos trois piliers : Nos gens, notre planète et nos produits Nous croyons que la transparence au sujet de nos progrès est essentielle pour bâtir la confiance.

Télécharger le tableau de données sur la performance en matière de développement durable pour l'exercice 2021 ›

Normes de production de rapports

Cette section contient des divulgations externes conformes à plusieurs normes et cadres clés se rapportant aux facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), comme le Sustainability Accounting Standards Board (SASB), le CDP (auparavant le Climate Disclosure Project) et la table ronde sur l'huile de palme certifiée durable (RSPO).

Sustainability Accounting Standards Board (SASB) :

Établi en tant qu'organisme indépendant d'établissement de normes, le SASB a publié 77 normes sectorielles pour permettre aux entreprises du monde entier de définir, de gérer et de communiquer des renseignements financiers importants sur le développement durable à leurs investisseurs.

Télécharger le tableau de données sur la performance en matière de développement durable pour l'exercice 2021 ›

Annexe

Données et téléchargements

CDP (auparavant le Carbon Disclosure Project) :

Nous effectuons des divulgations relatives à notre performance climatique auprès du CDP depuis 2014. Le CDP permet aux entreprises d'évaluer et d'améliorer la performance environnementale liée aux enjeux de changement climatique, de forêts et de sécurité de l'eau en déterminant et en mettant en œuvre des meilleures pratiques et en communiquant les objectifs et les progrès à nos principales parties prenantes.

Télécharger le rapport 2020 de Sobeys soumis au CDP sur les divulgations liées au changement climatique (Disponible en anglais seulement) ›

Télécharger le rapport 2020 soumis au CDP sur les divulgations liées aux forêts (Disponible en anglais seulement) ›

Table ronde sur l'huile de palme certifiée durable (RSPO) :

Nous effectuons des divulgations auprès de la table ronde sur l'huile de palme certifiée durable depuis 2014. La table ronde sur l'huile de palme certifiée durable a élaboré un ensemble de critères environnementaux et sociaux auxquels les entreprises doivent se conformer pour produire de l'huile de palme certifiée durable. Lorsqu'elles sont appliquées correctement, ces normes peuvent aider à réduire au maximum les répercussions négatives de la culture de l'huile de palme sur l'environnement et les communautés des régions productrices.

Cliquez ici pour consulter notre rapport annuel 2019 sur les progress (Disponible en anglais seulement) ›

Annexe

Sujets importants

La liste de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) ci-dessous a été élaborée sur la base des pratiques des pairs, du secteur et des principales normes en matière de rapports sur le développement durable, conformément à la Food Retailers & Distributors Standard de telles que celles de la Global Reporting Initiative (GRI) et du Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Les parties prenantes ont apporté leur contribution à cette liste de sujets importants.

Nos gens	
Santé, sécurité et bien-être	Protéger et promouvoir la santé et la sécurité psychologiques et physiques des travailleurs, entrepreneurs et sous-traitants.
Investissement communautaire	Engager les communautés dans lesquelles Empire travaille par le biais de programmes qui impliquent la sensibilisation et l'investissement afin de créer une incidence sociale.
Perfectionnement et expérience des équipes	Offrir aux employés des possibilités de formation et de développement pour les aider à découvrir de nouveaux talents et assurer leur maintien en poste. Créer un milieu de travail de choix avec des salaires concurrentiels, d'importants avantages sociaux et une culture d'entreprise qui favorise la mobilisation, les possibilités d'avancement et notre raison d'être.
Diversité, équité et inclusion	Bâtir un milieu de travail et une chaîne d'approvisionnement diversifiés et inclusifs afin d'offrir l'égalité des chances, tout en tirant parti de la diversité pour obtenir un avantage commercial concurrentiel.
Expérience client et fidélisation	Offrir à notre clientèle des aliments sains et durables qui répondent à leurs besoins, tout en les sensibilisant et les éduquant par le biais de plateformes numériques et en magasin.

Notre planète	
Changement climatique	Gérer les émissions de gaz à effet de serre (GES) associées aux actifs et aux activités détenus ou contrôlés par Empire, et mettre en œuvre des solutions pour faire face aux changements climatiques et en atténuer les effets.
Gestion de l'énergie	Réduire la consommation et l'intensité énergétique des activités et de la chaîne d'approvisionnement d'Empire.
Gaspillage alimentaire	Travailler dans l'ensemble de la chaîne de valeurs d'Empire pour éviter, réduire et récupérer le gaspillage alimentaire dans les magasins et dans la chaîne d'approvisionnement, tout en incitant la clientèle à réduire leurs déchets à la maison.
Plastique et emballage	Adopter des pratiques d'emballage qui contribuent à réduire les matériaux inutiles, qui encouragent la réutilisation et qui améliorent la recyclabilité et la circularité.

Annexe

Sujets importants

La liste de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) ci-dessous a été élaborée sur la base des pratiques des pairs, du secteur et des principales normes en matière de rapports sur le développement durable, conformément à la Food Retailers & Distributors Standard de telles que celles de la Global Reporting Initiative (GRI) et du Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Les parties prenantes ont apporté leur contribution à cette liste de sujets importants.

Nos produits	
Qualité et salubrité des produits	S'assurer que les produits fabriqués et vendus en magasins sont sûrs pour la clientèle et répondent aux exigences les plus élevées en matière de sécurité et d'obligation juridique.
Santé et nutrition	Permettre à la clientèle et aux employé(e)s de faire des choix sains et nutritifs plus facilement.
Approvisionnement responsable	Développer et suivre des pratiques d'approvisionnement, comme la traçabilité et la transparence, qui atténuent les risques environnementaux et sociaux et qui maximisent l'impact positif dans la chaîne d'approvisionnement.
Droits de la personne	Respecter les droits de la personne et se protéger contre le travail forcé et la traite de personnes au sein des activités d'exploitation dans la chaîne de valeur.
Bien-être des animaux	Soutenir le traitement respectueux des animaux d'élevage dans notre chaîne d'approvisionnement, conformément aux politiques et aux normes de l'industrie.

Gouvernance	
Gouvernance responsable	Garantir des pratiques de gouvernance ainsi qu'une responsabilisation solides et efficaces.
Éthique des affaires	Exploiter les ressources de manière éthique, conformément aux règlements.
Sécurité et confidentialité des données	Assurer la confidentialité et la protection des données, y compris des renseignements personnels de la clientèle.
Gestion de crises et de risques	Évaluer et gérer les risques et les crises susceptibles de perturber les activités commerciales ou de nuire à la capacité d'atteindre les objectifs de l'entreprise.