

Registre du SASB 2021

Vous trouverez ci-dessous notre registre du SASB pour la Food Retailers & Distributors Standard (VERSION 2018-10). Sauf mention contraire, tous les indicateurs de notre registre du SASB sont fondés sur l'exercice financier de 2021 (du 3 mai 2020 au 1er mai 2021) pour nos magasins corporatifs parmi les bannières de détaillants alimentaires et les centres de distribution, à l'exception des pharmacies. Sauf mention contraire, aucun indicateur n'inclut Farm Boy et Kim Phat.

SUJET	INDICATEUR DE COMPTABILITÉ	CODE	RÉPONSE D'EMPIRE
Gestion du carburant de la flotte	Consommation de carburant de la flotte, pourcentage renouvelable	FB-FR-110a.1	907 613 gigajoules*, 0 % renouvelable (période : de février 2020 à janvier 2021)
Émissions atmosphériques découlant de la réfrigération	(1) Émissions brutes mondiales de portée 1 provenant des fluides frigorigènes (teCo2)	FB-FR-110b.1	168 825 teCo2 ¹
	(2) Pourcentage de fluides frigorigènes consommés dont le potentiel d'appauvrissement de l'ozone est nul	FB-FR-110b.2	90 %*
	(3) Taux moyen d'émissions de fluides frigorigènes	FB-FR-110b.3	7%*
Gestion de l'énergie	(1) Consommation d'énergie opérationnelle	FB-FR-130a.1	7 796 785 gigajoules (période : de janvier à décembre 2019, y compris Farm Boy)
	(2) Pourcentage d'électricité du réseau	FB-FR-130a.1	60 % (période : de janvier à décembre 2019, y compris Farm Boy)
	(3) Pourcentage d'énergie renouvelable	FB-FR-130a.1	0 % d'énergie renouvelable
Gestion du gaspillage alimentaire	Quantité (kg) de gaspillage alimentaire généré, pourcentage de déchets alimentaires détournés	FB-FR-150a.1	En janvier 2019, nous nous sommes engagés à réduire notre gaspillage alimentaire de 50 % d'ici 2025. Depuis 2016, nous avons réduit de 18,5 %* la quantité de surplus alimentaires générés par pied carré dans l'ensemble de nos magasins corporatifs.
Sécurité et confidentialité des données	(1) Nombre de violations à la sécurité des données		
	(2) Pourcentage de renseignements d'identification	FB-FR-230a.1	Au cours de l'exercice 2021, nous n'avons subi aucune violation interne importante de nos données.
	(3) Nombre de clients touchés		
	Approche pour identifier et traiter les risques liés à la sécurité des données	FB-FR-230a.2	Notre équipe de cybersécurité a mis en place plusieurs couches de contrôles pour protéger les données inactives et en transit, y compris, mais sans s'y limiter, le contrôle d'accès, le chiffrement, le End Point Detection and Response (EDR), l'antivirus, ainsi que la surveillance et l'alerte, et ce, en tout temps. Notre programme de sensibilisation et de formation des employés en cybersécurité fournit à nos équipes les connaissances dont elles ont besoin pour prendre des décisions éclairées afin de protéger notre entreprise contre les cybermenaces. Pour ce faire, nous menons des campagnes mensuelles d'hameçonnage ciblées et présentons des mises à jour sur des sujets pertinents en matière de cybersécurité sur notre intranet et notre affichage numérique. Nous fournissons également des mises à jour trimestrielles sur la cybersécurité à toutes nos équipes de bureaux et de magasins. De plus, nous coordonnons les campagnes d'hameçonnage à l'échelle de l'entreprise et exigeons une formation semestrielle de sensibilisation à la sécurité pour tous les collègues.
Salubrité alimentaire	Risques élevés d'infractions de la salubrité alimentaire	FB-FR-250a.1	Parmi les 2 345 vérifications de salubrité alimentaire effectuées dans des épiceries durant l'exercice 2021, 99,8 % ont donné lieu à des résolutions rapides et réussies. La vérification des centres de distribution n'a pas échoué lors l'exercice 2021; tous les sites ont dépassé les notes de passage. *
	(1) Nombre de rappels		Au cours de l'exercice 2021, 61 rappels ont eu lieu à l'échelle nationale et au sein de Nos marques, y compris dans le cadre des activités de la marque maison Farm Boy.
	(2) Nombre total d'unités rappelées	FB-FR-250a.2	Aucune information n'est disponible sur le nombre d'unités rappelées.
	(3) Pourcentage d'unités qui sont des produits de marque maison		21,3 % des rappels concernaient des produits Nos marques, y compris des produits de la marque maison Farm Boy.
Produits santé et nutrition	Revenus provenant de produits étiquetés ou commercialisés pour promouvoir les attributs santé et nutritifs	FB-FR-260a.1	Nos marques, qui font principalement partie de la bannière Compliments, offrent plus de 750 produits qui répondent aux besoins nutritionnels et de santé particuliers de notre clientèle, notamment les produits sans gluten, sans arachides, à base de plantes et biologiques. Les produits sont disponibles dans nos magasins d'un océan à l'autre. Bien que nous ne divulguions pas les chiffres d'affaires, les revenus de cette catégorie de produits ont augmenté de plus de 35 % lors de l'exercice 2021 comparativement à l'exercice 2020. *

SUJET	INDICATEUR DE COMPTABILITÉ	CODE	RÉPONSE D'EMPIRE
	Discussion sur le processus d'identification et de gestion des produits et des ingrédients qui suscitent des préoccupations en matière de nutrition et de santé chez les consommateurs.	FB-FR-260a.2	Le développement de nouveaux produits est guidé par la recherche, la science et les tendances du marché. Les allégations relatives à la nutrition et à la santé sont validées par des analyses de laboratoire accréditées par des tiers. C'est le cas des produits biologiques, sans gluten et à base de plantes, qui sont soumis à ce processus de certification.
Étiquetage et marketing des produits	Nombre d'incidents de non-conformité aux codes d'étiquetage ou de marketing de l'industrie ou de la réglementation	FB-FR-270a.1	Aucun incident ayant révélé une non-conformité aux pratiques réglementaires d'étiquetage et de marketing conformément au Code canadien des normes de la publicité n'a été signalé à la suite de décisions défavorables du Conseil canadien des normes de la publicité (CSA).
	Montant total des pertes monétaires résultant de procédures judiciaires liées à des pratiques de marketing et d'étiquetage	FB-FR-270a.2	Aucune perte monétaire résultant des jugements des tribunaux associés aux pratiques d'étiquetage ou de marketing (incluant Farm Boy).
	Revenus des ventes (en dollars) de produits étiquetés comme contenant	FB-FR-270a.3	Nos marques offrent plus de 180 unités de gestion de stock (UGS) certifiées par des tiers conformément aux normes canadiennes sur la culture biologique. Ces produits certifiés biologiques sont sans OGM. Bien que nous ne divulguions pas les chiffres d'affaires, les revenus de cette catégorie de produits ont augmenté de plus de 25 % lors de l'exercice 2021 comparativement à l'exercice 2020.*
Pratiques de travail	Salaire horaire moyen		Le salaire horaire national moyen de tous les employés qui travaillent dans nos magasins de détail et dans nos centres de distribution s'élève à 19,88 \$, peu importe s'ils sont des employés à temps partiel, à temps plein ou occasionnels. En incluant les avantages sociaux, notre taux horaire moyen est de 22,86 \$.*
		FB-FR-310a.1	
	Pourcentage d'employés des magasins et des centres de distribution qui gagnent le salaire minimum, par région		Près des trois quarts des employés des magasins et des centres de distribution gagnent plus que le salaire minimum (incluant Farm Boy).
	Pourcentage de la main-d'œuvre active visée par les conventions collectives	FB-FR-310a.2	La moyenne nationale de la main-d'œuvre visée par la convention collective est de 36 %.
	Nombre d'arrêts de travail, nombre total de jours d'inactivité	FB-FR-310a.3	Aucun arrêt de travail ni jour d'inactivité durant l'exercice 2021.
	Pertes de capitaux découlant de procédures judiciaires associées (1) aux violations du droit du travail; (2) à la discrimination dans l'emploi	FB-FR-310a.4	Aucune perte de capitaux ne résulte de jugements de la commission des relations de travail ou du tribunal des droits de la personne associés à des violations du droit du travail ou à la discrimination dans l'emploi.*
Gestion des impacts environnementaux et sociaux dans la chaîne d'approvisionnement	Revenus des ventes de produits certifiés par des tiers selon une norme d'approvisionnement en matière de développement durable environnemental et social	FB-FR-430a.1	Nos marques offrent plus de 270 UGS certifiés par des tiers selon des normes environnementales ou sociales. Bien que nous ne divulguions pas les chiffres d'affaires, les revenus de cette catégorie de produits ont augmenté de plus de 40 % lors de l'exercice 2021 comparativement à l'exercice 2020.*
	Pourcentage des revenus (1) des œufs pondus par des poules en liberté et (2) de porc produit sans cages de gestation	FB-FR-430a.2	Durant l'exercice 2021, nous avons mis à jour nos lignes directrices sur le bien-être des animaux en accordant la priorité aux protéines d'œuf et de porc. À la fin de l'exercice 2021*, les œufs pondus par des poules en liberté (en parcours libre, en autonomie libre et biologiques) représenteront environ 17,5 % des ventes totales d'œufs en tablettes. De plus, nous estimons que plus de 30 % des truies du fournisseur de porc haché maigre de Nos marques sont logées dans des systèmes de stabulation libre. Ces systèmes permettent de loger les truies dans des loges collectives 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. Nous ne divulguons pas de données sur les revenus.
	Discussion : Stratégie de gestion des risques environnementaux et sociaux dans la chaîne d'approvisionnement, y compris le bien-être des animaux	FB-FR-430a.3	Veuillez consulter la section Approvisionnement responsable pour en apprendre davantage sur la stratégie de Sobeys en matière de gestion des risques environnementaux et sociaux dans la chaîne d'approvisionnement.
	Discussion : Stratégie pour réduire l'impact environnemental des emballages	FB-FR-430a.4	Notre stratégie visant à réduire les impacts environnementaux de nos emballages est essentiellement axée sur la réduction de l'utilisation des plastiques à usage unique et l'optimisation des emballages recyclables. L'un des principaux objectifs est de réduire l'utilisation de plastiques difficiles à recycler. Après le succès qu'a connu l'élimination des sacs d'épicerie en plastique à usage unique aux caisses de notre bannière Sobeys en janvier 2020, nous avons poursuivi l'initiative dans presque toutes les bannières d'épicerie pendant l'exercice 2021. Parmi celles-ci, on compte les bannières des provinces de l'Atlantique, les magasins IGA du Québec, Safeway, IGA (Ouest), Foodland de l'Ontario, Boni-choix, Tradition, les dépanneurs Needs et Fast Fuel, ainsi que la bannière FreshCo, qui est devenue le premier détaillant alimentaire d'escompte au pays à se joindre au mouvement. Au total, nous avons retiré 800 millions de sacs en plastique à usage unique de la circulation depuis janvier 2020. À l'avenir, le plastique et l'emballage continueront d'être un secteur prioritaire dans le cadre de notre objectif de réduction des plastiques pour l'exercice 2022.

INDICATEUR D'ACTIVITÉ	RÉPONSE D'EMPIRE
Nombre de points de vente au détail et de centres de distribution	Points de vente au détail : 1 968 Centres de distribution : 24
Superficie totale des points de vente au détail et des centres de distribution	Points de vente au détail : 40 289 525 pi ²
Nombre de véhicules dans un parc commercial	Tracteurs : 376 Remorques : 1 611 Camions de livraison Voilà : 200
Tonnes-mille parcourues	Données non disponibles actuellement.

Footnotes:

* Les données n'incluent pas Farm Boy.

¹ Les émissions du champ d'application 1 dues aux fuites de réfrigérant comprennent nos sites d'épicerie d'entreprise où les fournisseurs de services d'entretien sont intégrés à notre système de suivi de l'entretien et de gestion des données. Nous améliorerons nos processus de collecte de données au cours de l'année prochaine, tout en continuant à travailler avec nos fournisseurs de services pour étendre la couverture de cette source d'émissions.