



Canadian Council for
ABORIGINAL
BUSINESS



Loblaw
Companies
Limited

Enabling Business With Loblaw

Favoriser les affaires avec Loblaw

Wednesday October 6, 2021 / Mercredi 6 Octobre 2021
11:00 am - 4:00 pm EST / 11 h à 16 h HNE

Conseil canadien pour
L'ENTREPRISE
AUTOCHTONE



Les Compagnies
Loblaw
Limitée

Agenda: Sharing Insights

Ordre du jour : Partager des idées

11:00 – 11:05 AM	Welcome and Introduction / Mot de bienvenue et introduction	Metzi Liau
11:05 – 11:10 AM	Elder Prayer and Land Acknowledgement / Prière d'ouverture et reconnaissance du territoire	Bear Standing Tall
11:10 – 11:15 AM	A Message from CCAB President / Un message de la présidente de la CCEA	Tabatha Bull
11:15 – 11:30 AM	Culture Journey and CCAB Partnership / Parcours culturel et partenariat avec la CCEA	Metzi Liau
11:30 – 12:00 PM	The Vendor Journey at Loblaw / La marche à suivre pour les fournisseurs chez Loblaw	Ryan Jenkins, Bradley O'Connor
12:00 – 12:30 PM	LUNCH / DÎNER	
12:30 – 2:00 PM 30 minute sessions 12:30 – 1:00 PM 1:00 – 1:30 PM 1:30 – 2:00 PM Séances de 30 minutes	BREAKOUT SESSIONS / SÉANCES DE GROUPE <i>Select up to 3 sessions during 12:30 – 2:00 PM / Choisissez jusqu'à 3 séances de 12 h 30 à 2 h</i> Session 1 – Goods Not For Resale and Services / Produits non destinés à la revente et services Session 2 – Beauty / Beauté Session 3– Food / Les aliments Session 4 – Non-Food / Non alimentaire Session 5 – Loblaw Marketplace / le Marketplace de Loblaw	Denni Somers Lianne Arsenault Jacqueline Ma & Savindra Fernando Ken Kirkwood Niki Starkman
2:00 – 2:15 PM	BREAK / PAUSE	
2:15 – 3:45 PM	Webinar: Vendor Presentations (One-Minute Pitch) and Live Category Feedback Webinaire : Présentations des fournisseurs (présentation d'une minute) et commentaires en direct sur la catégorie	Denise Morrell & Loblaw Category Team / l'équipe de catégorie de Loblaw
3:45 – 4:00 PM	Closing Remarks and Appreciation / Mot de la fin et remerciements	Metzi Liau, Paul-Emile-McNab

Culture Journey and CCAB Partnership

Parcours culturel et partenariat avec la CCEA

Loblaw
Companies
Limited

Les Compagnies
Loblaw
Limitée

2016 © Loblaw Companies Limited or its subsidiaries. All rights reserved. Unauthorized duplication or distribution in whole or in part is strictly prohibited. All trademarks are trademarks of their respective owners.

2016 © Les Compagnies Loblaw Limitée ou ses filiales. Tous droits réservés. Toute duplication ou distribution non autorisée en tout ou en partie est strictement interdite. Toutes les marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Our Diversity, Equity and Inclusion Strategic Overview

Aperçu stratégique en matière de diversité, d'équité et d'inclusion

WHY
POURQUOI

Help all Canadians Live Life Well
Aider tous les Canadiens à « Vivre bien, vivre pleinement »
Achieving our purpose with a passion for customers and culture
Rester fidèles à notre raison d'être en développant notre passion pour les clients et la culture d'entreprise

WHO
QUI

Colleagues
Collègues
Diverse colleagues and an inclusive working culture
Diversité des collègues et culture de travail inclusive

Customers
Clients
A place for all customers to shop
Un endroit où tous les clients peuvent magasiner

Community
Collectivité
Supplier diversity and partners with shared values
Diversité des fournisseurs et partenaires avec des valeurs communes

HOW
COMMENT

Transformation Goals & Activities
Objectifs et activités de transformation

Data & Reporting
Données et rapports

Inclusion Council & Pillars
Conseil d'inclusion et piliers

Training & Communication
Formation et communication

Partnerships
Partenariats



Canadian Council for
ABORIGINAL BUSINESS 

Embrace Your Roots
Partnership
Educate, Engage and Enable

Célébrez vos racines
Partenariat
Informer, mobiliser et habiliter

Conseil canadien pour
L'ENTREPRISE AUTOCHTONE 

Our Partnership Role

Notre rôle en matière de partenariat



1. Create **awareness** of Loblaw opportunities within our Indigenous communities
1. **Sensibiliser** nos collectivités autochtones aux occasions chez Loblaw



2. **Establish and build** relationships with external associations
2. **Établir et créer** des liens avec les associations externes



3. Provide resources to **educate** cross-cultural understanding and advocate for colleagues, customers and communities
3. Fournir des ressources en matière d'**éducation** sur la compréhension interculturelle et sur la défense des intérêts des collègues, des clients et des collectivités



4. Facilitate **access to network** with Loblaw
4. Faciliter l'**accès au réseau** avec Loblaw



5. Foster a **collaborative** environment to **explore** and **enable** business beyond conventional ways
5. Favoriser un environnement de **collaboration** afin d'**explorer** et de **développer** des activités qui vont au-delà des méthodes conventionnelles

Your Questions Answered

Les questions auxquelles nous répondrons



1. Why do I want to do business with Loblaw?
2. Who is on the Loblaw team?
3. Where do I start if I am interested in doing business with Loblaw?
4. How do I know if my product or service is ready for retail?
5. What is it really like to work with Loblaw?

1. Pourquoi est-ce que je veux faire affaire avec Loblaw?
2. Qui fait partie de l'équipe Loblaw?
3. Par où commencer si je souhaite faire affaire avec Loblaw?
4. Comment puis-je savoir si mon produit ou mon service est prêt pour la vente au détail?
5. À quoi ressemble vraiment une occasion d'affaire avec Loblaw?

Supplier Journey and Resources

Marche à suivre pour les fournisseurs et Ressources

Loblaw
Companies
Limited

Les Compagnies
Loblaw
Limitée

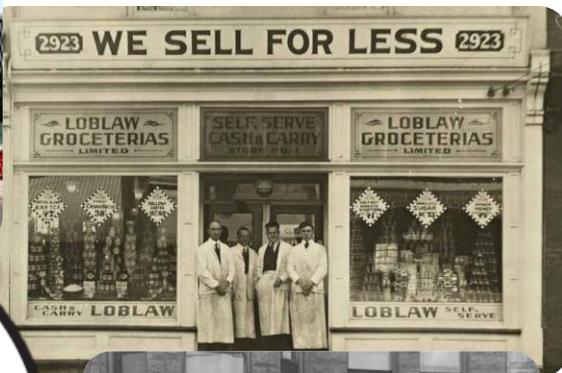
We are Loblaw

Nous sommes Loblaw



Depuis 1919, nous avons innové l'expérience de vente au détail en épicerie pour mieux servir les Canadiens et les Canadiennes.

Aujourd'hui, notre objectif est d'être les meilleurs en matière d'alimentation, de santé et de beauté, pour aider les Canadiens à Vivre bien, vivre pleinement^{MD}.



Since 1919, we've innovated the grocery retail experience to better serve Canadians.

Today, our goal is to be the best in food, health and beauty — to help Canadians Live Life Well[®]



Loblaw Companies Limited

SHOPPERS DRUG MART 

wellwise
by SHOPPERS 

PHARMAPRIX 

 **MARKET**

 **Loblaws**

 **valu-mart**

 **Zehrs**

 **Provigo**

 **Dominion**

 **Atlantic Superstore**

 **Independent**
Your Independent Grocer

 **CityMarket**
Loblaws

wholesale club  **club**  **entrepôt**
everything foodservice votre service alimentaire

FORTINOS
Your Supermarket with a twist!

大統華 T&T

 **DISCOUNT**

 **REAL CANADIAN SUPERSTORE**

 **NOFRILLS**

maxi

JOE FRESH



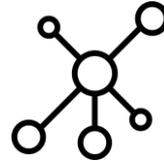
financial



Our Divisional Structure
Nos divisions

Supplier Journey – New Supplier

Marche à suivre pour les fournisseurs – nouveau fournisseur



Submit Survey

Category Review

First Meeting

Product/
Distribution
Alignment

Administrative
Setup

Product Shipment

Soumettre le
sondage

Examen par
l'équipe

Organisation de la
première réunion

Harmonisation
avec le produit et
la distribution

Mise en place
administrative

Expédition des
produits

Key Enablers for Efficient Process

- GS1 Product Subscription & Registration
 - Insurance Liability
- Coverage Factory Audit Documents / QA

Principaux facteurs d'efficacité du processus

- Abonnement à GS1 et enregistrement du produit
 - Couverture d'assurance
- Documents de vérification de l'usine de fabrication/
assurance qualité

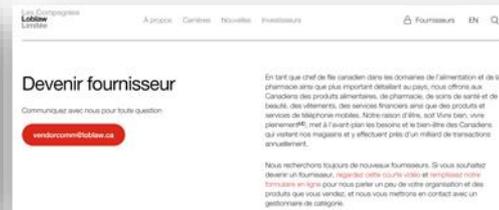
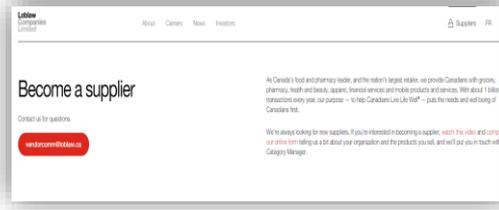
How to connect with Loblaw – Supplier Portal

Comment se connecter avec Loblaw – portail des fournisseurs

loblaw.ca/en/supplier

Fill out New Supplier Form

Category Management
will contact you!



loblaw.ca/fr/supplier

Remplir le formulaire de nouveau
fournisseur

Gestion des catégories
communiquera avec vous!

2 Important Fields in the New Supplier Form

2 Champs importants dans le formulaire de nouveau fournisseur

13. (1/3) What type of product do you supply?

- ❖ You can select up to three categories, Category Directors will review the submission

19. Tell us more about your company and product

- ❖ Opportunity to focus on product offering and overall business
- ❖ Please indicate Black or Indigenous business

13. (1/3) Quel type de produits fournissez-vous?

- ❖ Vous pouvez sélectionner jusqu'à trois catégories; les directeurs de catégorie examineront votre demande

19. Parlez-nous de votre entreprise et de vos produits

- ❖ Occasion d'apporter des précisions sur l'offre de produits et sur l'entreprise en général
- ❖ Veuillez indiquer qu'il s'agit d'une entreprise noire ou autochtone

Types of Suppliers / Product Submissions

Types de demandes fournisseurs / nouveaux produits

Goods For Resale Suppliers

FOOD

NON-FOOD

BEAUTY

Fournisseurs de produits destinés à la revente

ALIMENTS

CATÉGORIES NON ALIMENTAIRES

PRODUITS DE BEAUTÉ DE SÉRIE

Goods Not For Resale & Services Suppliers

PAGE 34

Fournisseurs de produits non destinés à la revente et de services

Categories and Descriptions of Business Areas

Catégories et descriptions des secteurs d'activité

Grocery

- Dry Food Aisles, Frozen & Refrigerated Sections

Épicerie

- Allées des aliments secs et sections des produits surgelés et réfrigérés

Fresh

- Produce, Deli, Fresh Meat & Seafood, Bakery, Prepared Meals, Floral & Garden

Produits frais

- Fruits et légumes, charcuterie, viandes fraîches et produits de la mer, boulangerie, repas préparés, floral et centre de jardinage

Health & Beauty

- Medicinal Products, Baby Products, Haircare, Skincare, Oral care

Santé et beauté

- Produits médicaux, produits pour bébé, soins des cheveux, soins de la peau, soins dentaires

Cosmetics

- Beauty Boutique, Mass Cosmetics

Produits cosmétiques

- Galerie Beauté, cosmétiques de série

Home & Entertainment

- Housewares, Electronics, Appliances, Seasonal, Bath & Linens

Maison et Divertissement

- Articles ménagers, appareils électroniques, articles saisonniers, articles de salle de bain et linges de bain

Liquor & Tobacco

- Real Canadian Liquor Store, Beer & Wine Aisle, Tobacco Shop

Boissons alcoolisées et Tabac

- Real Canadian Liquor Store, allée de la bière et du vin, tabagie

Pharmacy

- Over the Counter (OTC) and Prescription Products

Pharmacie

- Médicaments en vente libre et médicaments d'ordonnance

Groups you will likely interact with at Loblaw

Groupes avec lesquels vous aurez probablement à interagir chez Loblaw

Initial Contact Contact initial



Category Management
Gestion catégories

Procurement
Approvisionnement

Once supplier setup
begins



Une fois que la
configuration du
fournisseur est faite

Additional Supplier Facing Functions Autres fonctions destinées aux fournisseurs



Food Safety & Quality
Assurance
Sécurité des aliments et
assurance de la qualité

Control Brand
Marque contrôlée

Data Management
Gestion des données

Supply Chain
Chaîne
d'approvisionnement

5 Important Questions Before Starting the Process

5 questions importantes avant de commencer le processus

1. What type of geographic reach do I have? How can I get the product to Loblaws?
 2. What is my offering, costing and budget?
 3. Does my company have the right level of support staff to service Loblaw?
 4. Should I reach out directly, or should I work with a broker / distributor?
 5. What capacities / constraints do I have?
-

1. Quelle est ma portée géographique? Comment puis-je faire parvenir mon produit à Loblaws?
2. Quels sont mes produits, mes coûts et mon budget?
3. Mon entreprise comporte-t-elle suffisamment d'employés pour répondre à la demande de Loblaw?
4. Devrais-je faire affaire directement avec Loblaw ou passer par un courtier/distributeur?
5. Quelles sont mes capacités et mes contraintes?

How different suppliers work with us

Comment nos différents fournisseurs travaillent avec nous

Marketplace / Digital
Place de marché/ ventes
numérique

Online Orders
Commandes en
ligne

Warehouse Storage
Entreposage dans
l'entrepôt

Select Stores / Local
Magasin sélectionné/
locaux

Higher Involvement
with Stores
Implication plus
élevée dans les
magasins

Direct to Store /
Cross-dock
Livraison directe en
magasin/
transbordement

Provincial / Regional
À l'échelle provinciale/
régionale

Item in Planogram
Article figurant sur
le planogramme

Cross-dock /
Warehouse
Transbordement/
entrepôt

National
À l'échelle nationale

Higher Office
Involvement
Implication plus
élevée avec les
membres de la
direction

Multiple Warehouse
Plusieurs entrepôts

Distribution Methods

Méthodes de distribution

Regular Distribution Centre (DC)

Centre de distribution (CD) ordinaire

Vendor receive purchase order (PO) based on demand and fulfill to LCL DC

(dedicated DC slot)

Stores will pull directly from LCL DC based on store's demand

Le fournisseur reçoit le bon de commande en fonction de la demande et y répond en envoyant une livraison au CD de LCL *(emplacement dédié au CD)*

Les magasins s'approvisionneront directement à partir du CD de LCL en fonction de la demande en magasin

Flow Distribution Centre (DC)

Centre de distribution (CD) du flot

Vendor receive purchase order (PO) and fulfill the purchase order within 24hrs

(no dedicated DC slot)

Stores will receive inventory from Flow DC

Le fournisseur reçoit le bon de commande et y répond dans les 24 heures *(pas d'emplacement dédié au CD)*

Les magasins reçoivent les stocks du CD du flot

Direct Store Delivery

Livraison directe en magasin

Vendor receive purchase order (PO) based on demand

Vendor will need to deliver products directly to stores

Le fournisseur reçoit le bon de commande en fonction de la demande

Le fournisseur doit livrer les produits directement aux magasins



*Consider working with a broker / distributor?
Pensez à travailler avec un courtier / distributeur?*

Working with a Broker and Distributor

Travailler avec un courtier et un distributeur

FOOD

NON-FOOD

ALIMENTS

CATÉGORIES NON
ALIMENTAIRES

To assist partners with:

- ✓ The Vendor Onboarding Process
- ✓ GS1
- ✓ Flow of Communication
- ✓ Inventory, Distribution
- ✓ Sales, Merchandising
- ✓ Speed to Market

Aider des partenaires avec les aspects suivants :

- ✓ *Processus d'intégration des fournisseurs*
- ✓ *GS1*
- ✓ *Flux de la communication*
- ✓ *Stocks, Distribution*
- ✓ *Ventes, Mise en marché*
- ✓ *Rapidité de mise en marché*

Below are recommended distribution partners / Vous trouverez ci-dessous nos partenaires de distribution recommandés:

Food Specific / Concernant les aliments:

- Ecoideas: adey@ecoideas.ca
- Grey Jay Sales: jordan@greyjaysales.com
- Jonluca: theresa@jonluca.ca
- Tree of Life: Kari.Solonik@treeoflife.com
- UNFI Canada: Jordan.Wickett@unfi.com

Non-Food / Catégories non alimentaires:

- GB Micro: Olivia Couto- olivia@gbmicro.com
- Ingram Micro: Chris Barry - chris.barry@ingrammicro.com
- Solutions 2 Go: Jay Mlotek - jmlotek@solutions2go.ca
- Synnex: Gary Luchin - garyl@synnex.com

Vendor Onboarding Process Overview

Aperçu du processus d'intégration des fournisseurs

1. Pre-Screening Présélection

- Certificate of insurance
- Active GS1 registration
- GST number
- Certificat d'assurance
- Inscription à GS1
- Numéro de TPS

3. Vendor Onboarding Approval Approbation de l'intégration du fournisseur

- Team will review and ensure info matches what was communicated to us from the Category Director
- L'équipe passera en revue les renseignements et s'assurera qu'ils correspondent à l'information transmise par le directeur de catégorie

5. Vendor Setup Configuration Lichen du fournisseur

- Data Ops vendor team will confirm when you are completely onboarded.
- L'équipe de l'exploitation des données des fournisseurs communiquera avec vous une fois votre intégration terminée.

7. Article Listing Liste des articles

- Your SAP account is now fully set up
- Now you will be able to list articles in article work flow
- Votre compte SAP est maintenant entièrement configuré
- Vous pourrez maintenant énumérer des articles dans l'environnement des processus liés aux articles

2. Vendor Initiation Soumission du fournisseur

- Once validated, log into portal and enter your company info
- Complete Vendor Buying Agreement and Vendor Income Profile
- Une fois la liste validée, ouvrez une session dans le portail et entrez les renseignements sur votre entreprise
- Remplir le contrat d'approvisionnement pour les fournisseurs et le profil de revenus des fournisseurs

4. Category Director Signoff Signature d'approbation du directeur de catégorie

- Your Vendor Buying Agreement (VBA) and VIP will be sent to you by Category Director for review and sign off
- Votre contrat d'achat avec le fournisseur (CAF) et votre PVI vous seront envoyés par le directeur de catégorie aux fins d'examen et de signature

6. Shipping Locations Adresses d'expédition

- Shipping locations will need to be set up and this will take 7-10 business days
- Les adresses d'expédition devront être configurées et cela peut prendre de 7 à 10 jours ouvrables



In order to become a vendor, there are various steps that need to be completed in the onboarding process.

Process will take **3-5 months** assuming all information is validated on the first review.

Pour devenir un fournisseur, il y a diverses étapes à suivre dans le processus d'intégration.

Le processus prendra **3 à 5 mois** si tous les renseignements sont validés lors de la première évaluation.

Onboarding – Key Call-outs

Processus d'intégration - les points importants

For more information on our supplier onboarding process please contact our Vendor Onboarding team at CDPVendor@loblaw.ca

GS1 – Global Standards - gs1ca.org - Canada Industry Support Services at 1-800-567-7084 or info@gs1ca.org

- Suppliers (with some exceptions) are to be registered with GS1 and subscribe to the GS1 data and imaging service bundle to be able to list their products.

GS1 – Normes mondiales - gs1ca.org – Services de soutien à l'industrie au Canada au 1-800-567-7084 ou à info@gs1ca.org

- Les fournisseurs (à l'exception de certains d'entre eux) doivent être inscrits auprès de GS1 et s'abonner à l'ensemble de services de données et d'imagerie GS1 pour être en mesure de répertorier leurs produits.

COI - CERTIFICATE OF INSURANCE / TRANSLATION

Suppliers will need to work with their insurance providers to meet the following requirements:

- Insurance coverage must be equal to \$10 million CAD under Product, or split between Product and Umbrella (each occurrence)
- Loblaw Companies Limited must be listed as an Additional Insured and the vendors legal name as the Insured

CERTIFICAT D'ASSURANCE/TRADUCTION

Les fournisseurs devront collaborer avec leurs assureurs pour satisfaire aux exigences suivantes :

- La couverture d'assurance doit équivaloir à 10 millions de dollars canadiens en vertu du produit, ou être divisée entre le produit et l'assurance responsabilité civile complémentaire (par incident)
- Les Compagnies Loblaw Limitée doivent être inscrites comme assurées additionnelles et le nom légal du fournisseur comme assuré

VBA - Vendor Buying Agreement- Suppliers are advised to review the terms and conditions within their organization's general counsel.

CAF – Contrat d'approvisionnement pour les fournisseurs – On recommande aux fournisseurs de passer en revue les conditions générales de vente avec leur avocat général.

Additional Resources

Ressources supplémentaires

FOOD

NON-FOOD

BEAUTY

- **Supplier Communication Standard of Conduct and Supplier Code of Conduct:** <https://www.loblaw.ca/en/supplier>
- If **GS1** is required, ensure there is lead time for supplier to register and obtain their GS1 credentials before expecting to list a new item.
 - Suppliers currently not set up on GS1 can expect approximately 5 weeks lead time.
 - GS1 Support for suppliers is available at info@gs1ca.org / ecnetsupport@gs1ca.org
- For **Food Safety** inquiries:
 - **Canadian Food Inspection Agency** - <https://inspection.canada.ca>
 - **Health Canada** - <https://www.canada.ca/en/health-canada.html>
 - **Global Food Safety Initiatives (GFSI)** - <https://mygfsi.com>

ALIMENTS

CATÉGORIES
NON
ALIMENTAIRES

PRODUITS DE
BEAUTÉ DE
SÉRIE

- **Normes de conduite relatives aux communications des fournisseurs de Loblaw et Code de conduite des fournisseurs:** <https://www.loblaw.ca/fr/supplier>
- Si **GS1** est nécessaire, assurez-vous que le fournisseur dispose d'un délai de mise en œuvre pour s'inscrire et obtenir ses identifiants GS1 avant de référencer un nouvel article.
 - Les fournisseurs qui ne sont pas actuellement configurés sur GS1 peuvent s'attendre à un délai de mise en œuvre d'environ 5 semaines.
 - Un soutien aux fournisseurs pour GS1 est disponible à l'adresse info@gs1ca.org / ecnetsupport@gs1ca.org.
- Pour toute question sur **la sécurité des aliments** :
 - **Agence canadienne d'inspection des aliments** - <https://inspection.canada.ca>
 - **Santé Canada** - <https://www.canada.ca/fr/sante-canada.html>
 - **La Global Food Safety Initiative (GFSI)** - <https://mygfsi.com>

Additional things to consider

Autres éléments à prendre en considération

Be familiar

with charges applicable to you as a new supplier. (e.g. Damage Allowance, Supply Chain Handling Charges and Exit Strategies)

Listing Fees

Each category has a different list fee amount. Your Category Director can discuss this further with you.

Familiarisez-vous

avec les frais qui s'appliquent à vous en tant que nouveau fournisseur. (p. ex., indemnité pour dommages, frais de manutention de la chaîne d'approvisionnement et stratégies d'écoulement)

Frais de référencement

chaque catégorie a des frais de référencement différents. Votre directeur de catégorie pourra en discuter davantage avec vous.

Vendor program rates

Each category has different rates. This is set up at merchandizing category hierarchy (or MCH).

Promotional support

Typical when we promote items the vendor supports us with a bill back funding amount to put your item on promotion. We cannot promote items until a shelf retail has been established for the NEW item .

Taux de revenus des fournisseurs

chaque catégorie a des taux différents. Ceux-ci sont établis dans la hiérarchie de catégories de marchandisage (ou HGM)

Soutien promotionnel

habituellement, lorsque nous faisons la promotion d'articles, le fournisseur nous soutient en nous offrant un montant de financement rétrofacturé permettant de mettre son article en promotion. Nous ne pouvons pas faire la promotion d'articles tant qu'un prix aux tablettes n'a pas été établi pour le NOUVEL article

Additional Fees

Program Terms, Exit Strategies, Promotional Rebates, Marketing Programs, Display/Fixture Costs, Reline Costs

Frais supplémentaires

les modalités du programme, les stratégies d'écoulement, les rabais promotionnel, les programmes de mise en marché, les coûts des présentoirs et des étalages, les coûts de réaménagement

Product Merchandising Methods

Méthodes de mise en marché des produits



Planogram Planogramme

Planogram Planogramme

Product will be listed on shelf

Average 1-2 releases~ per year

Major/Minor/Express

Retail Ready Packaging format is recommended

Les produits seront listés sur les tablettes

1 à 2 parutions par année en moyenne

Majeure/mineure/express

Il est recommandé d'utiliser un emballage prêt-à-vendre

In/Out & Seasonal In/Out et saisonnier



In/Out & Seasonal In/Out et saisonnier

Product will be listed for a certain season or limited time only and won't necessarily be on planogram

Product usually display off shelf (*Floor Display, End Caps*)

Call To Order

Les produits seront listés pendant une saison précise ou pour une durée limitée seulement et ne seront pas nécessairement sur le planogramme

Les produits sont habituellement présentés hors tablette (*présentoir de plancher, bouts d'îlots*)

Bon de commande



Local Assortment Assortiment local

Local Assortment Assortiment local

Region, Banner or Site specific

Dedicated planogram or off shelf display

Local Assortment Program (*rack program*)

Propre à la région, à la bannière ou à l'emplacement

Planogramme ou présentoir hors tablette dédié

Programme d'assortiment local (programme de présentoirs grillagés)

Promotion Vehicles

Véhicules de promotion

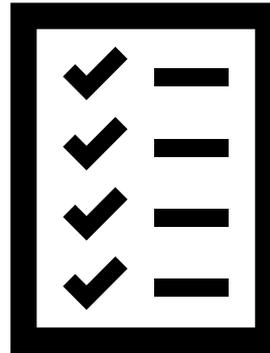
Our category teams will guide you on all our available promotional vehicles to help grow your business!

Nos équipes des catégories vous informeront de tous nos véhicules de promotion disponibles qui pourraient vous aider à faire croître votre entreprise!



Keys to Success in Working with Loblaw

Les clés du succès d'un partenariat avec Loblaw





Your Product Pitch!

Votre argumentaire éclair!

Be passionate about your product! We want to hear from you!
Soyez passionné par votre produit! Nous voulons en savoir plus sur votre entreprise!

Growing Trends

Tendances en matière de croissance

How is your product unique?
En quoi votre produit est-il unique?

What customer need does it serve?
À quel besoin des consommateurs répond-il?

Is your product a trending/growing segment?
Votre produit fait-il partie d'un segment en croissance?

Product Awareness

Notoriété des produits

Have you done your market research?
Avez-vous effectué une étude de marché?

Where does the item fit?
Quelle est la place du produit sur le marché?

Have you built your social media presence?
What does your brand stand for?
Avez-vous établi votre présence sur les médias sociaux?
Que représente votre marque?

Costing & Business Size

Charges d'exploitation et taille de l'entreprise

Is your costing competitive compared to what you see on shelf on comparable products?
Vos coûts sont-ils concurrentiels par rapport aux produits comparables que vous voyez sur les tablettes?

Can you scale out your business?
Pouvez-vous faire évoluer votre entreprise?



Delivery Method & Product Merchandising

Mode de livraison et mise en marché des produits

Do you currently work with any Canadian retailers?
Travaillez-vous actuellement avec des détaillants canadiens?

Have you determined how product will be delivered to our stores?
Avez-vous déterminé comment les produits seront livrés à nos magasins?

Are you familiar with our stores and where your item would potentially fit?
Connaissez-vous nos magasins, et savez-vous à quel endroit votre produit pourrait être placé?

Welcome to Loblaw's Marketplace

Bienvenue sur le Marketplace de Loblaw

Contact: Niki Starkman

Niki.Starkman@Loblaw.ca

Loblaw
Companies
Limited

Les Compagnies
Loblaw
Limitée

2016 © Loblaw Companies Limited or its subsidiaries. All rights reserved. Unauthorized duplication or distribution in whole or in part is strictly prohibited. All trademarks are trademarks of their respective owners.

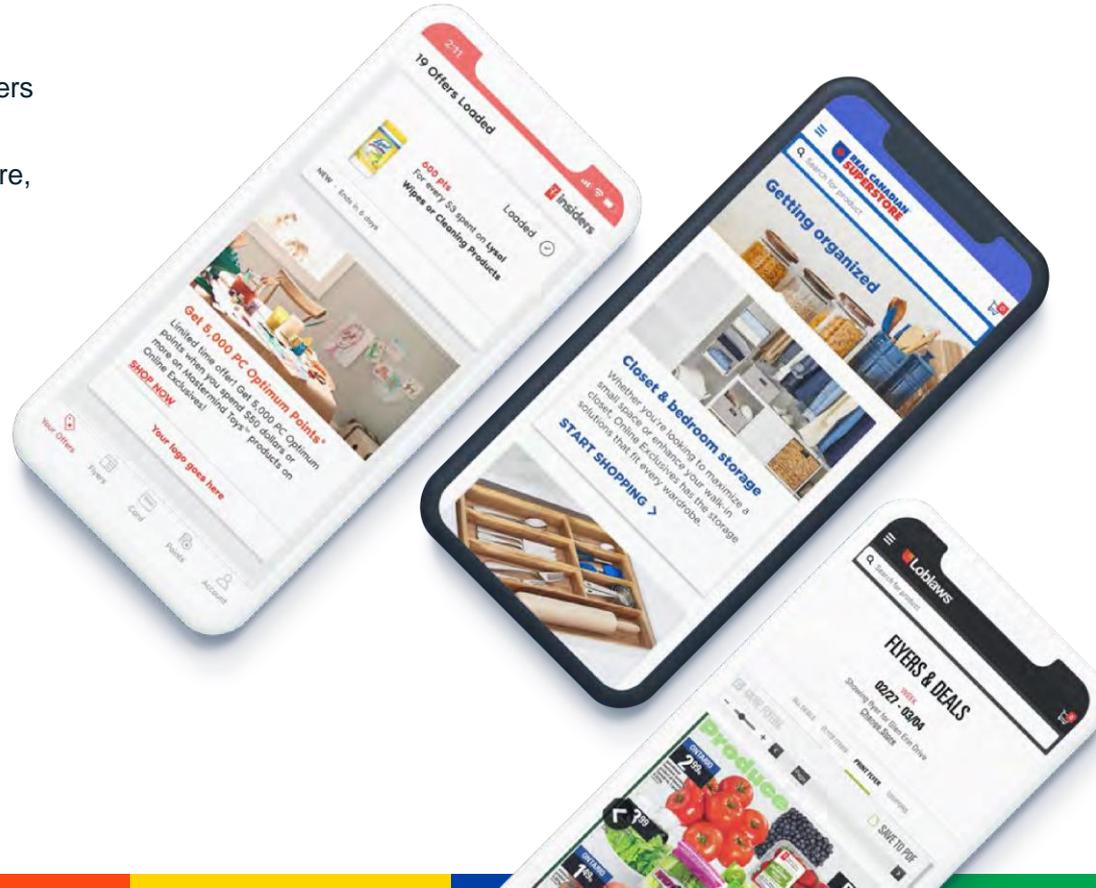
2016 © Les Compagnies Loblaw Limitée ou ses filiales. Tous droits réservés. Toute duplication ou distribution non autorisée en tout ou en partie est strictement interdite. Toutes les marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

What is Loblaw's Marketplace?

- An evolution of Loblaw's online shopping experience
- Partnering with hundreds of new sellers to offer customers a trusted assortment of products
- An expansion in categories beyond what we offer in-store, including Home & Living, Baby, Toys, Pets and others

Qu'est-ce que le Marketplace de Loblaw?

- Une évolution de l'expérience de magasinage en ligne de Loblaw
- Partenariat avec des centaines de nouveaux vendeurs pour offrir aux clients un assortiment de produits de confiance
- Une expansion dans des catégories au-delà de celles offertes en magasin, incluant Maison et Au foyer, Bébé, Jouets, Animaux et autres



Why sell on Loblaw's Marketplace?

Pourquoi vendre sur le Marketplace de Loblaw?

Access to Millions of Canadians

Pour rejoindre des millions de Canadiens

- \$2B in online grocery sales in 2020
- 2M weekly online visits
- Largest online grocery business in Canada

- 2 G\$ en ventes en ligne de produits d'épicerie en 2020
- 2 millions de visites hebdomadaires en ligne
- Le plus important commerce d'épicerie en ligne au Canada

Trusted Assortment

Pour offrir un assortiment de confiance

- Protect your brand in our closed marketplace
- Easy onboarding process to ensure your assortment is surrounded by other, trusted products

- Protection de votre marque dans notre Marketplace fermé
- Processus d'intégration facile pour s'assurer que votre assortiment est entouré d'autres produits de confiance

Grow with PC Optimum

Pour croître avec PC Optimum

- 18M loyalty members with over 600M transactions each year
- Exclusive promotional tool, making our platform the preferred marketplace for customers

- 18 millions de membres du programme de fidélité avec plus de 600 millions de transactions chaque année
- Outil promotionnel exclusif, faisant de notre plateforme le Marketplace préféré des clients

Loblaw's Marketplace Model

The Details You Care About

- 1 You're in Control** You own pricing, fulfillment, assortment, and product display of your brand(s)
- 2 Track Results** Our intuitive seller portal allows you to manage your business seamlessly
- 3 Easy to Setup** Choose how you want to integrate -- API, CSV file for mass uploads
- 4 Dedicated Account Manager** A dedicated account manager will work with you to ensure you are operating and selling successfully

Modèle du Marketplace de Loblaw

Les détails importants

- 1 Vous avez le contrôle** Vous contrôlez entièrement les prix, l'exécution, l'assortiment et la présentation de vos marques
- 2 Faites le suivi de vos ventes** Notre portail de vente intuitif vous permet de gérer vos ventes en toute simplicité
- 3 Configuration facile** Choisissez la façon de faire l'intégration : API, fichier CSV pour les téléchargements en masse
- 4 Gestionnaire de compte dédié** Un gestionnaire de comptes attiré travaillera avec vous pour assurer le succès de l'exploitation et des ventes

Fulfillment Options

Options d'exécution

Dropship (D2C)

Livraison directe (D2C)

- Sellers own the storage, handling, and pick & pack of the products
- Sellers work with existing third-party carriers to execute the last mile delivery of products directly to the consumers
- Les vendeurs sont responsables de l'entreposage, de la manutention, du ramassage et de l'emballage des articles
- Les vendeurs collaborent avec les transporteurs tiers existants pour livrer les produits directement aux consommateurs

Ship with Loblaw (SwL)

Expédition avec Loblaw (SwL)

- Sellers own the storage, handling, and pick & pack of the products
- Sellers leverage the scale of Loblaw's shipping operations and receive preferred carrier rates with Canada Post and UPS via a Loblaw account number
- Les vendeurs sont responsables de l'entreposage, de la manutention et du ramassage et de l'emballage des articles
- Les vendeurs tirent profit de l'échelle des activités d'expédition de Loblaw et reçoivent des tarifs préférentiels de transporteurs auprès de Postes Canada et UPS grâce au numéro de compte Loblaw

Fulfill with Loblaw (FwL)

Exécution avec Loblaw (FwL)

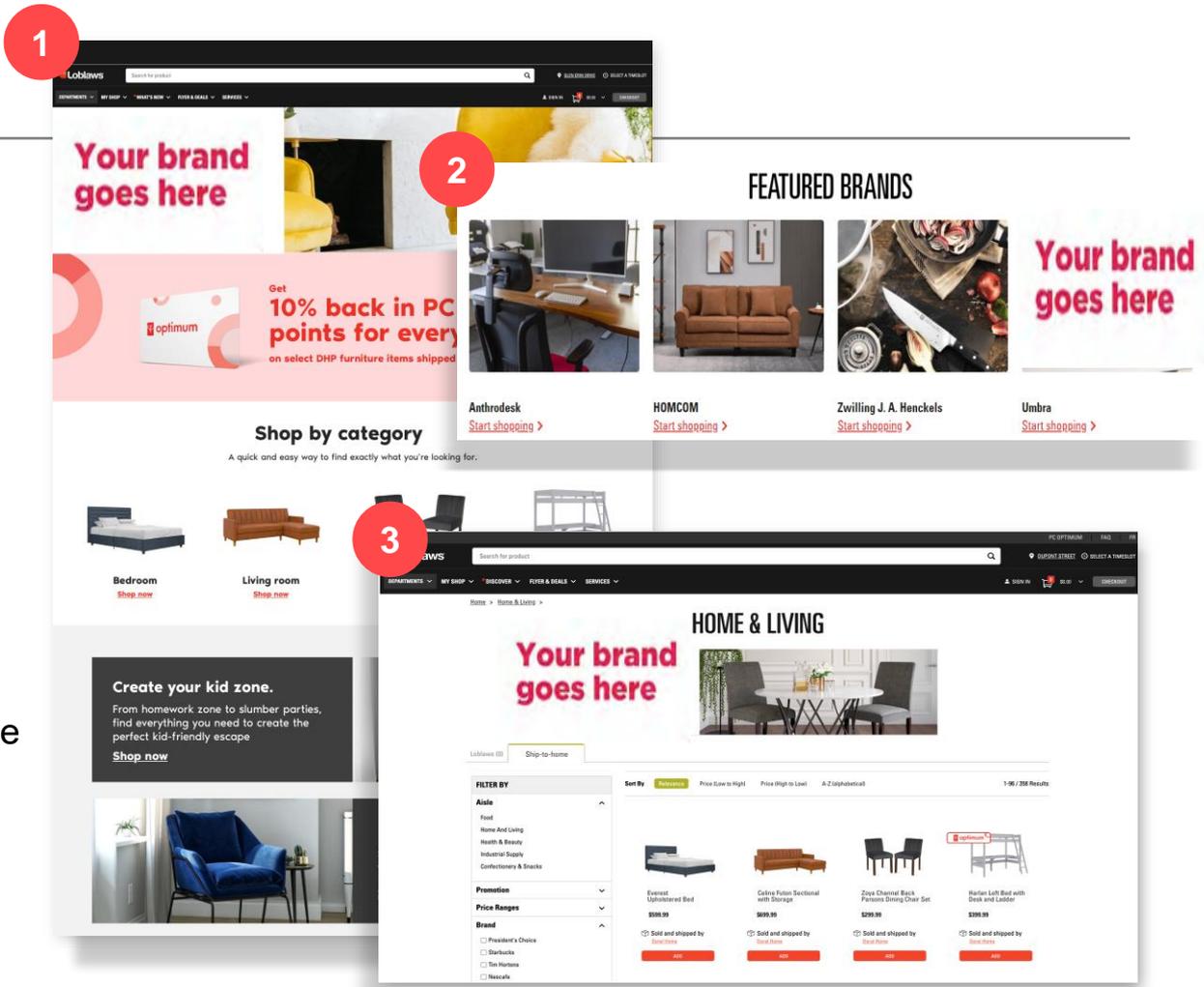
- Sellers ship products directly to Loblaw nominated logistics partner
- Fulfill with Loblaw, in partnership with third-party logistics partner, will store, handle, pick & pack and send the products directly to consumers
- Les vendeurs expédient les produits directement au partenaire logistique sélectionné par Loblaw
- Exécution avec Loblaw, avec le partenaire de logistique tiers; entreposage, manutention et ramassage et emballage des produits et envoi direct aux consommateurs

Tell Your Brand Story

1. Brand story page
2. Homepage featured brands
3. Category landing page

Racontez l'histoire de votre marque

1. Page de l'histoire de la marque
2. Page d'accueil avec marques vedettes
3. Page d'accueil de catégorie



Enabling Business with Loblaw - Enterprise Procurement Group

Goods Not For Resale & Services Suppliers

Favoriser les affaires avec Loblaw - Groupe de l'approvisionnement de l'entreprise

Fournisseurs de produits non destinés à la revente et de services

Contact: Denni Somers

Senior Director, Strategic Sourcing, Enterprise Procurement Group

Directrice, Approvisionnement stratégique, Groupe de l'approvisionnement de l'entreprise

Loblaw
Companies
Limited

Les Compagnies
Loblaw
Limitée

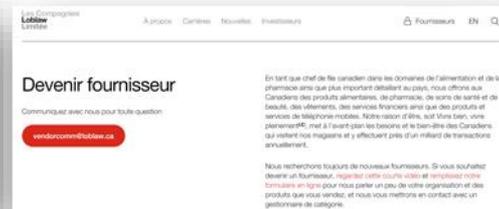
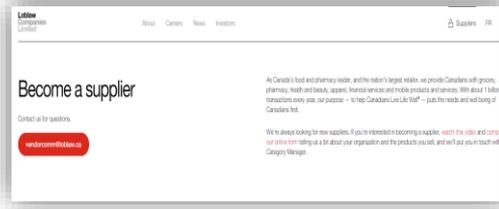
How to connect with Loblaw – Supplier Portal

Comment se connecter avec Loblaw – portail des fournisseurs

loblaw.ca/en/supplier

Fill out New Supplier Form

Category Management
will contact you!



loblaw.ca/fr/supplier

Remplir le formulaire de nouveau
fournisseur

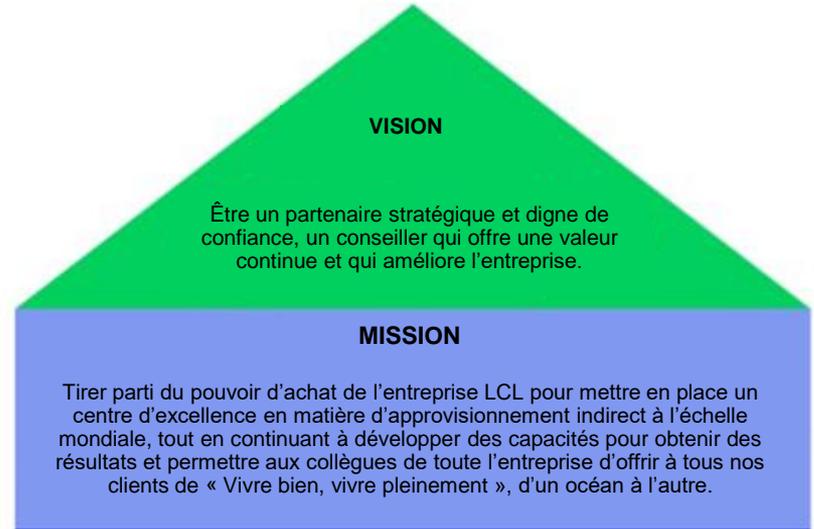
Gestion des catégories
communiquera avec vous!

Enterprise Procurement Group (EPG)

Groupe de l'approvisionnement de l'entreprise (GAE)

EPG facilitates the vendor enablement and engagement processes for Goods not for Resale (GNFR) supplier relationships.

Le GAE facilite les processus d'activation et d'engagement pour les relations avec les fournisseurs de produits non destinés à la revente (PNDR).



EPG Category Segmentation / Segmentation de la catégorie de EPG

The function is structured to bring subject matter expertise by category.

La fonction est structurée de manière à apporter une expertise en la matière par catégorie.

Spend Categories

Corporate Services	Marketing, Loyalty	Retail Services
Construction and Design	Pharmacy	Store Supplies
E-Commerce	Procurement Services	Supply Chain
Global Sourcing	Repair and Maintenance	Technology

Procurement Support Functions

Technology	Value Analytics
Supplier Relationship Management	Contract Management

Catégories de dépenses

Services corporatifs	Marketing, fidélisation	Services de détail
Construction et conception	Pharmacie	Fournitures de magasins
Commerce électronique	Approvisionnement Services	Chaîne d'approvisionnement
Approvisionnement sur le marché international	Réparation et entretien	Technologie

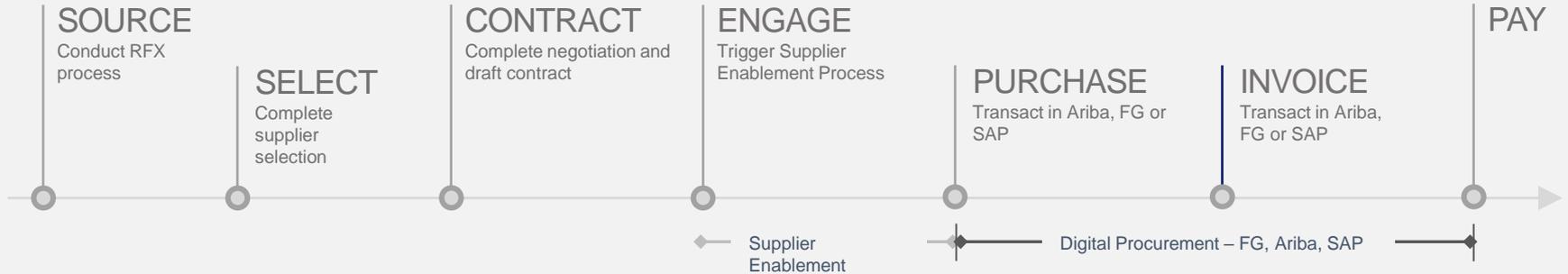
Services de soutien à l'approvisionnement

Technologie	Analyses de la valeur
Gestion des relations fournisseurs	Gestion des contrats

GNFR Source to Pay Lifecycle

Cycle de vie des PNDR de la source au paiement

Our primary eProcurement tools are Ariba and Fieldglass. GNFR suppliers are expected to register into these tools. Instructions are provided to contracted vendors on how to subscribe. /Nos principaux outils d'approvisionnement électroniques sont Ariba et Fieldglass. Nous nous attendons à ce que les fournisseurs de PNDR utilisent ces outils. Des instructions sont fournies aux fournisseurs sous contrat sur la façon de se les procurer.



Supplier Relationship Management (SRM) Program

Programme de gestion des relations fournisseurs (GRF)

What is SRM?



SRM anchors supplier relationships to a mutually beneficial outcome using quantitative, data-driven, and experience-based insights grounded by efficiency and innovation

Qu'est-ce que la GRF?



La GRF établit les relations avec les fournisseurs en fonction d'un résultat mutuellement bénéfique en utilisant des données quantitatives et axées sur l'expérience fondées sur l'efficacité et l'innovation

How does it work?



Suppliers provide various program elements such as a performance evaluation, risk assessments, site visits, and executive business reviews. This process also provides a forum for continuous improvement and relationship growth

Comment cela fonctionne-t-il?



Les fournisseurs fournissent divers éléments du programme, comme l'évaluation du rendement, l'évaluation des risques, les visites de site et les examens de la direction. Ce processus offre également un cadre pour l'amélioration continue et la croissance des relations.

What are the benefits of the SRM Program?



- An information and feedback mechanism to help suppliers understand what's important to Loblaw
- A forum to showcase opportunities beyond Procurement, including innovation, strategic alignment, and sustainability
- Collaborative problem solving and increased transparency in our relationship
- A clear, realistic, and measurable assessment of performance

Quels sont les avantages du programme de GRF?



- Un mécanisme d'information et de rétroaction pour aider les fournisseurs à comprendre ce qui est important pour Loblaw
- Une tribune pour mettre en valeur les possibilités qui s'offrent au-delà de l'approvisionnement (notamment l'innovation, l'harmonisation stratégique et la durabilité)
- La résolution collaborative des problèmes et une transparence accrue dans nos relations
- Une évaluation claire, réaliste et mesurable de votre rendement