



GROUPE D'ALIMENTATION MTY INC.

8150, route Transcanadienne, bureau 200
Saint-Laurent (Québec) H4S 1M5

**Notice annuelle
pour l'exercice clos le 30 novembre 2015**

Le 15 février 2016

TABLE DES MATIÈRES

NOTES PRÉLIMINAIRES ET MISE EN GARDE	4
STRUCTURE DE L'ENTREPRISE.....	6
Nom, adresse et constitution de la Société	6
Liens intersociétés.....	6
DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ENTREPRISE	8
Historique des trois derniers exercices	8
DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE DE LA SOCIÉTÉ.....	10
Aperçu	10
Brève description des concepts de la Société.....	11
L'industrie de la restauration	14
Évolution de l'entreprise	17
Chiffre d'affaires du réseau	21
Chiffre d'affaires des établissements comparables.....	22
Approvisionnement et distribution	23
Exploitation des franchises.....	23
Provenance des rentrées de la Société	24
Gestion	25
Ressources humaines.....	25
Propriété intellectuelle	26
Marketing	27
Marché cible	27
Concurrence.....	27
Compétitivité	27
Stratégie	28
Réglementation gouvernementale	29
Critères de placement	30
FACTEURS DE RISQUE.....	30
Compétitivité au sein de l'industrie de la restauration	30
Environnement économique.....	31
Durabilité et croissance des affaires de la Société.....	31
Toxi-infections alimentaires.....	32
Propriété intellectuelle	32
Réglementation gouvernementale	33
Réglementation sur le travail.....	33
Litiges, recours collectifs et autres différends éventuels	33
Changements aux taxes de vente.....	33
Dépendance de la Société à l'égard du personnel clé	34
Dépendance de la Société à l'égard des franchiseurs des concepts TCBY ^{MD} , yogen früz ^{MD} , TacoTime ^{MD} et Au Vieux Duluth ^{MD}	34
Baux et renouvellement de baux.....	34
Variation des prix et des approvisionnements.....	34
Saisonnalité des affaires	35
Maintien d'un niveau de rentrées adéquat	35

Coûts des produits de base, pénurie et coûts de la main-d'œuvre et autres risques	35
Capacité de repérer et de s'assurer des emplacements acceptables.....	36
Pertes non assurées et sous-assurées	36
Emplacements internationaux	36
Taux de change	36
Taux d'intérêt	36
Technologies de l'information.....	36
Régie interne	37
Dividendes	37
POLITIQUE EN MATIÈRE DE DIVIDENDES	37
DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL.....	38
FACILITÉS DE CRÉDIT	38
MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES – COURS ET VOLUMES DES OPÉRATIONS.....	38
Cours et volumes des opérations.....	38
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA HAUTE DIRECTION	39
Nom et occupation	39
Indépendance des administrateurs	39
Nomination, orientation et formation continue.....	40
Titres détenus par les administrateurs et les membres de la haute direction	40
Interdictions d'opérations, faillites, amendes ou sanctions	40
Conflits d'intérêts.....	42
PROMOTEUR.....	42
POURSUITES ET APPLICATION DE LA LOI.....	42
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	42
CONTRATS IMPORTANTS	42
INTÉRÊTS DES EXPERTS	43
RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ D'AUDIT	44
Charte du comité d'audit	44
Composition du comité d'audit	47
Formation et expérience pertinentes.....	47
Encadrement du comité d'audit.....	47
Utilisation de certaines dispenses	47
Politiques et procédures d'approbation préalable	48
Honoraires de l'auditeur externe	48
INFORMATION COMPLÉMENTAIRE	48

Notes préliminaires et mise en garde

Datation des renseignements

À moins d'indication contraire, les renseignements présentés dans la présente notice annuelle sont arrêtés au 30 novembre 2015.

Monnaie

Toute indication d'une monnaie dans la présente notice actuelle désigne le dollar canadien.

Information intégrée par renvoi

Certains renseignements et documents mentionnés aux présentes, tels les états financiers et les rapports de gestion, peuvent être consultés ou téléchargés à partir du profil de la Société sur le site du Système électronique de données, d'analyse et de recherche canadien, www.sedar.com.

Dans la présente notice annuelle, « Groupe d'Alimentation MTY inc. », « MTY » ou la « Société » désignent, selon le cas, soit Groupe d'Alimentation MTY inc., soit une de ses filiales ou Groupe d'Alimentation MTY inc. et ses filiales.

Indicateurs non conformes aux PCGR

Dans la présente notice annuelle, MTY utilise comme indicateur le résultat avant impôts, intérêts sur la dette à long terme et amortissements (« BAIIA ») parce qu'il permet à la direction d'évaluer la performance opérationnelle de la Société. La Société présente également la croissance du chiffre d'affaires des établissements comparables, lequel est défini comme le volume comparatif des ventes réalisées par des établissements ouverts depuis au moins 13 mois ou acquis il y a plus de 13 mois.

Ces indicateurs financiers sont largement reconnus, mais n'ont pas une définition standard au sens des PCGR. En conséquence, il est possible qu'ils ne puissent être comparés au BAIIA et au chiffre d'affaires des établissements comparables présentés par d'autres sociétés. Ces indicateurs non conformes aux PCGR visent à fournir des renseignements additionnels sur la performance de MTY et ils ne devraient pas être considérés isolément ou en lieu et place d'un indicateur conforme aux PCGR.

Nous utilisons ces indicateurs pour évaluer la performance de notre entreprise puisqu'ils reflètent son exploitation continue. Nous croyons que certains investisseurs et analystes utilisent le BAIIA pour évaluer la capacité d'une société à satisfaire ses obligations de paiement, et qu'il constitue une mesure courante servant à évaluer les entreprises dans notre industrie. De la même façon, la croissance du chiffre d'affaires des établissements comparables fournit une information supplémentaire sur la performance de notre réseau qui n'a aucun équivalent sous les PCGR. Ces indicateurs interviennent également dans la détermination de la rémunération incitative à court terme de certains employés.

Mise en garde relative aux énoncés prospectifs

La présente notice annuelle renferme des énoncés prospectifs. Ces énoncés prospectifs comportent, sans s'y limiter, des déclarations relatives à certains aspects des perspectives

d'affaires de la Société. Ils comprennent également d'autres assertions qui ne renvoient pas à des faits historiques. Nous formulons un énoncé prospectif lorsque nous utilisons ce que nous savons et prévoyons aujourd'hui pour faire un commentaire à propos de l'avenir. Les énoncés prospectifs peuvent renfermer des mots tels but, hypothèse, objectif, conseil, intention, aperçu et stratégie, ou employer à divers temps, notamment au conditionnel ou au futur, des verbes tels viser, anticiper, croire, s'attendre à, planifier, projeter, rechercher, cibler, s'efforcer, pouvoir ou devoir. Tous ces énoncés prospectifs sont formulés en vertu des dispositions d'exonération prévues par les lois sur les valeurs mobilières canadiennes applicables.

À moins d'indication à l'effet contraire de notre part, les énoncés prospectifs contenus dans la présente notice d'offre décrivent nos prévisions au 15 février 2016 et, par conséquent, sont sujets à changement après cette date. Nous ne nous engageons d'aucune façon à actualiser ou à réviser un énoncé prospectif, que ce soit à la suite d'une information nouvelle, d'événements futurs ou autrement, et déclinons toute obligation à cet égard si ce n'est en vertu des exigences des lois sur les valeurs mobilières canadiennes.

De par leur nature même, les énoncés prospectifs sont soumis à des incertitudes et risques intrinsèques. Ils sont fondés sur plusieurs hypothèses qui soulèvent la possibilité que les résultats ou événements réels diffèrent substantiellement des attentes implicites ou explicites que nous exprimons ou que nos perspectives d'affaires, nos objectifs, nos plans et nos priorités stratégiques ne se réalisent pas. En conséquence, nous ne pouvons garantir qu'un énoncé prospectif se concrétisera et nous vous invitons à ne pas accorder une confiance indue à ces énoncés prospectifs. Dans cette notice annuelle, les énoncés prospectifs sont formulés afin d'informer sur les priorités stratégiques actuelles, les prévisions et les plans de la direction. Ils visent à permettre aux investisseurs et à d'autres d'obtenir une meilleure compréhension de nos perspectives d'affaires et de notre milieu d'exploitation. Les lecteurs sont avisés, cependant, que cette information peut être inappropriée à d'autres fins.

Les énoncés prospectifs formulés dans la présente notice annuelle sont fondés sur un certain nombre d'hypothèses que nous considérons raisonnables au 15 février 2016. Veuillez vous reporter, en particulier, à la rubrique intitulée « Facteurs de risques » pour une description de certaines des hypothèses clés, tant économiques et opérationnelles que de marché, que nous avons utilisées dans la rédaction des énoncés prospectifs contenus dans ce document. Si nos hypothèses se révèlent imprécises, nos résultats réels pourraient s'écarter de façon importante de nos prévisions.

Des facteurs de risque importants pourraient faire en sorte que les résultats ou événements réels s'écartent substantiellement de ceux exprimés ou suggérés par les énoncés prospectifs susmentionnés et d'autres contenus dans la présente notice annuelle. Ces facteurs comprennent, sans s'y limiter, l'intensité des activités concurrentielles et leur incidence sur notre capacité d'attirer la clientèle; notre capacité d'obtenir des emplacements avantageux et de renouveler nos baux actuels à des taux acceptables; l'arrivée de concepts étrangers; notre capacité d'attirer de nouveaux franchisés; les changements en matière de goûts de la clientèle, de tendances démographiques et quant à l'attrait de nos concepts; les changements à l'égard des profils d'achalandage ainsi que des coûts et taux d'occupation des centres commerciaux et tours de bureaux; la conjoncture économique et financière générale; les niveaux de confiance et de dépenses du consommateur; la demande et les prix de nos produits; notre capacité de mettre en œuvre nos stratégies et plans de manière à générer les profits attendus; les situations affectant la capacité de tiers fournisseurs de nous procurer des produits et services essentiels; la disponibilité et le coût de la main-d'œuvre; la volatilité des marchés de valeurs; les

contraintes opérationnelles ainsi que l'occurrence d'épidémies, de pandémies et d'autres risques pour la santé.

Les facteurs de risque ci-dessus et d'autres qui pourraient donner lieu à des résultats ou événements substantiellement différents des attentes explicites ou implicites formulées dans nos énoncés prospectifs sont commentés dans cette notice annuelle.

Nous avertissons le lecteur que les risques décrits ci-dessus ne sont pas les seuls susceptibles d'avoir une incidence sur la Société. Des incertitudes et risques additionnels que nous ne connaissons pas pour l'instant ou que nous jugeons présentement négligeables peuvent aussi avoir un effet préjudiciable sur notre entreprise, notre situation financière ou nos résultats d'exploitation.

À moins d'indication contraire de notre part, les énoncés prospectifs ne rendent pas compte de l'effet potentiel d'éléments non récurrents ou d'autres éléments spéciaux, ou de quelque disposition, monétisation, fusion, acquisition, autre regroupement d'entreprises ou autre opération qui peuvent être annoncés ou peuvent survenir après le 15 février 2016. L'impact financier de telles opérations et d'éléments non récurrents ou spéciaux peut être complexe et dépend des particularités de chaque cas. En conséquence, nous ne pouvons décrire l'impact prévu de façon concrète ou comme nous le faisons des risques connus ayant une incidence sur notre entreprise.

Structure de l'entreprise

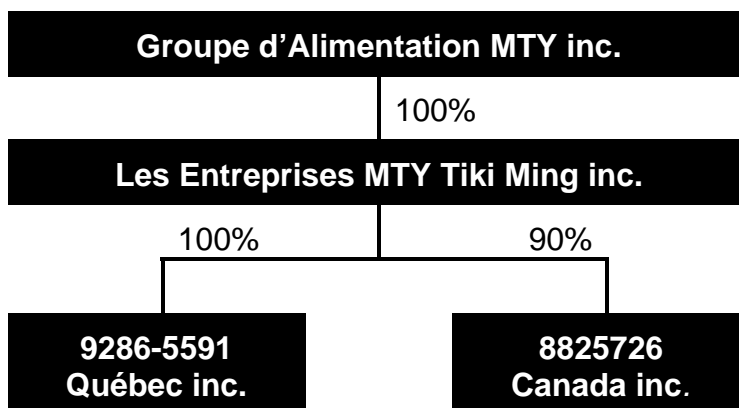
Nom, adresse et constitution de la Société

Le Groupe d'Alimentation MTY inc./MTY Food Group Inc. est une société constituée sous le régime de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*. Initialement constituée sous le régime des lois de Colombie-Britannique en vertu de statuts de constitution datés du 11 décembre 1986, la Société a d'abord porté la dénomination « 318782 B.C. Ltd. » puis, le 20 janvier 1987, celle de « Faber Resources Corp. ». Le 12 novembre 1987, elle a changé son nom pour « Golden Sky Resources Inc. » puis, le 7 juin 1994, pour « Golden Sky Ventures International Inc. ». La société Golden Sky Ventures International Inc. a été prorogée en vertu de l'article 187 de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* le 26 juillet 2000, moment où elle a pris la dénomination « iNsu Innovations Group Inc. » avant de finalement prendre le nom de « Groupe d'Alimentation MTY inc. » le 8 juillet 2003.

Le siège social de la Société est situé au 8150, route Transcanadienne, bureau 200, Saint-Laurent (Québec) H4S 1M5.

Liens intersociétés

L'organigramme qui suit décrit les liens entre la Société et ses filiales dont l'actif total ou le chiffre d'affaires et les produits d'exploitation sont supérieurs à 10% de l'actif consolidé de la Société :



Les Entreprises MTY Tiki Ming inc.

Les Entreprises MTY Tiki Ming inc./MTY Tiki Ming Enterprises Inc. est une société issue de la fusion, en vertu de l'article 184 de la Loi canadienne sur les sociétés par actions, de Matoyee Enterprises Inc. et de MTY Tiki Ming Enterprises Inc. Cette fusion a eu lieu le 1er juin 2005. Le 30 novembre 2010, MTY Tiki Ming Enterprises Inc. a de nouveau été fusionnée, cette fois à cinq de ses filiales, soit Mrs. Vanelli's Restaurants Limited, Country Style Food Services Holdings Inc., Country Style Food Services Inc., Buns Master Bakery Systems Inc. et Melody Farms Specialty Foods and Equipment Limited. Elle a alors pris les dénominations Les Entreprises MTY Tiki Ming inc./MTY Tiki Ming Enterprises Inc. (« Tiki Ming »). Tiki Ming est une filiale en propriété exclusive de MTY.

Le 30 novembre 2011, la Société a fusionné, au moyen de deux opérations distinctes, 15 de ses filiales en propriété exclusive, ceci en vue de simplifier sa structure juridique et de réduire les frais administratifs rattachés au maintien d'entités juridiques. Lors de la première opération, on a procédé à la fusion de Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. (société issue de la fusion) avec Groupe Valentine Inc., 9180-7420 Québec inc., 9196-3116 Québec inc. et 9198-3031 Québec inc. Lors de la seconde opération, on a procédé à la fusion horizontale de 9171-6654 Québec inc. (société issue de la fusion) avec 9087-7002 Québec inc., 9101-0652 Québec inc., 9116-5829 Québec inc., 9116-9979 Québec inc., 9125-6735 Québec inc., 9134-4366 Québec inc., 9134-4374 Québec inc., 9140-5886 Québec inc., 9147-2282 Québec inc., 9152-2136 Québec inc. et 9156-8808 Québec inc.

Le siège social et principal établissement de Tiki Ming est situé au 8150, route Transcanadienne, bureau 200, Saint-Laurent (Québec) H4S 1M5. Tiki Ming et ses filiales développent divers concepts dans l'industrie de la restauration rapide et décontractée ; elles investissent dans certains concepts ou en font l'acquisition, de même qu'elles en exploitent et en franchisent et exercent toutes les activités qui en découlent.

9286-5591 Québec inc.

9286-5591 Québec inc. a été constituée sous le régime des lois du Québec le 8 août 2013. La société a été établie en tant qu'instrument de l'acquisition de l'actif intégral de 9199-0465 Québec inc. et d'Alimentation Thaïzone inc. La transaction a été complétée le 30 septembre 2013. À l'origine, Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. détenait 80% du capital de 9286-5591 Québec inc., le reste des actions étant détenues par les propriétaires sortants. En mars 2015,

Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. a acquis la participation ne donnant pas le contrôle et est devenue actionnaire unique de 9286-5591 Québec inc.

Le siège social et principal établissement de 9286-5591 Québec inc. est situé au 8150, route Transcanadienne, bureau 200, Saint-Laurent (Québec) H4S 1M5. 9286-5591 Québec inc. exploite le concept Thaïzone depuis l'acquisition.

8825726 Canada inc.

8825726 Canada inc. a été constituée sous le régime des lois du Canada le 20 mars 2014. La société a été établie en tant qu'instrument de l'acquisition de tous les actifs canadiens de Madisons New York Grill & Bar (« Madisons »). La transaction a été complétée le 21 juillet 2014.

Le siège social et principal établissement de 9286-5591 Québec inc. est situé au 8150, route Transcanadienne, bureau 200, Saint-Laurent (Québec) H4S 1M5. 8825726 Canada inc. exploite le concept Madisons depuis l'acquisition.

Développement général de l'entreprise

Historique des trois derniers exercices

Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2013

La Société a conclu trois acquisitions au cours de l'exercice 2013.

Le 1^{er} juin, la Société s'est portée acquéreur de l'actif de SushiGo pour une contrepartie totale de 1,05 millions \$ payée à même l'encaisse de la Société. Au moment de la clôture, le réseau SushiGo comptait cinq restaurants en exploitation, dont deux établissements propriétaires.

Le 24 septembre, la Société a acquis la plupart des actifs d'Extreme Pita, Mucho Burrito et PurBlendz pour une contrepartie totale s'élevant à 45 millions \$, payée à même l'encaisse de la Société. Au moment de la clôture, les enseignes Extreme Pita et Mucho Burrito comptaient ensemble 305 établissements en activité et affichaient un chiffre d'affaires global de plus de 100 millions \$. Cette acquisition constituait aussi la porte d'entrée de la Société aux États-Unis, où se trouvent environ 33 établissements Extreme Pita et Mucho Burrito dont les activités sont gérées à partir d'un bureau auxiliaire situé à Scottsdale, en Arizona. Une Déclaration d'acquisition d'entreprise (annexe 51-102A4) a été produite le 4 décembre 2013 à la suite de cette acquisition.

Le 30 septembre, la Société a acquis, par l'intermédiaire d'une nouvelle filiale, 80% de l'actif de Thaïzone pour une contrepartie de 17,7 millions \$ payée au moyen de l'encaisse de la Société et d'un retrait sur sa marge de crédit disponible. Au moment de la clôture, l'enseigne Thaïzone disposait d'un réseau de 25 établissements franchisés et de trois unités mobiles, tous situés dans la province de Québec.

Sous la poussée de ces 338 établissements nouvellement acquis, le réseau de la Société a atteint 2 590 établissements en 2013. Cet accroissement du nombre d'établissements s'est

traduit par une augmentation du chiffre d'affaires du réseau, qui a atteint 725,8 millions \$ à l'exercice clos le 30 novembre 2013.

Le résultat attribuable aux propriétaires, alimenté par les nouvelles rentrées, de meilleures marges de profits et un moindre fardeau fiscal, s'est accru de 17% pour s'établir à 25,8 millions \$.

Le chiffre d'affaires des établissements comparables a reculé de 1,99% durant l'exercice. Le climat économique incertain au Québec et en Ontario ainsi que des conditions météorologiques défavorables ont affecté les résultats de certains de nos établissements, surtout ceux ayant façade sur rue.

Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2014

La Société a complété trois acquisitions au cours de l'exercice 2014.

La Société a acquis, pendant l'exercice, une participation de 90% dans une nouvelle filiale qui a procédé à l'acquisition de l'actif canadien de Madisons le 21 juillet 2014, pour une contrepartie totale s'élevant à 12,9 millions \$. Cette acquisition a été financée au moyen d'une injection de capitaux de 3,0 millions \$ de la part des actionnaires, d'une nouvelle ligne de crédit et d'un crédit vendeur se chiffrant à 1,3 million \$. À la date de la clôture, 14 restaurants franchisés étaient en activité, tous situés au Québec.

Le 31 octobre 2014, la Société a annoncé qu'elle avait complété l'acquisition de 100% des actifs de Café Dépôt, Muffin Plus, Sushi-Man et Fabrika pour une contrepartie totale de 13,95 millions \$. Au moment de la clôture, 101 restaurants étaient exploités dont 13 établissements propriétaires. Tous les restaurants se trouvent au Québec, à l'exception d'un qui est situé en Ontario.

Le 7 novembre 2014, la Société a annoncé qu'elle avait complété l'acquisition de 100% des activités de franchisage des cafés bistros Van Houtte pour une contrepartie totale de 0,95 million \$. À la date de la clôture, 52 établissements étaient en activité, dont un établissement propriétaire ; tous sont situés au Québec.

Au cours de l'exercice, la Société a acquis 167 établissements, en a ouvert 145 et en a fermé 175, son réseau comptant désormais 2 727 établissements. Le chiffre d'affaires du réseau a atteint 887,8 millions \$ à l'exercice 2014.

Le résultat attribuable aux propriétaires a légèrement diminué pour s'établir à 25,2 millions \$¹, principalement en raison d'une charge de dépréciation affectant la marque Country Style. Sur une base standardisée, le résultat attribuable aux propriétaires se serait accru de 5%.

Le chiffre d'affaires des établissements comparables a diminué de 0,9% durant l'exercice. Des conditions météorologiques défavorables ont affecté le rendement des établissements en activité pendant les six premiers mois de l'exercice, tandis que d'intenses pressions concurrentielles se sont fait sentir tout au long de l'année.

¹ Les états financiers de l'exercice clos le 30 novembre 2014 ont été retraités pour refléter l'incidence de la consolidation de 7687567 Canada inc., qui avait été classée en tant que participation détenue en vue de la vente à la fin de l'exercice 2014. En 2015, il a été estimé que la vente de cette participation dans 7687567 Canada inc. était improbable.

Le 23 octobre 2014, la Société a annoncé qu'elle avait signé une entente exécutoire à l'égard de l'acquisition de Manchu Wok, de Wasabi Grill & Noodle et de SenseAsian pour une contrepartie totale de 7,9 millions \$.

Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2015

L'exercice 2015 de MTY s'est ouvert sur la clôture de l'acquisition annoncée le 23 octobre 2014. Cette opération a ajouté 132 établissements au réseau de MTY, dont 51 établissements aux États-Unis.

Le 18 septembre 2015, la Société a conclu l'acquisition de Big Smoke Burger. Une nouvelle filiale a été créée dans laquelle MTY a acquis une participation de 60% pour une contrepartie de 3,0 millions \$. L'opération a ajouté 17 établissements au réseau de la Société tout en la dotant d'un solide concept au potentiel prometteur.

Pendant l'exercice, la Société a ouvert 120 nouveaux établissements et en a fermé 258. Compte tenu des acquisitions effectuées, son réseau compte désormais 2 738 établissements, soit 11 de plus qu'à l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires du réseau a atteint un sommet historique : 1,07 milliard \$.

Des charges de dépréciation ont dû être appliquées à l'encontre de certaines immobilisations incorporelles de la Société, surtout en raison de la piètre performance du réseau Extreme Pita, qui a éprouvé des difficultés ces dernières années. La dépréciation totale, qui s'élève à 8,1 millions \$, a eu une incidence défavorable sur le résultat net, dont la croissance est de 3%, le résultat net attribuable aux propriétaires s'établissant à 26,0 millions \$. Sur une base standardisée, la croissance du résultat net attribuable aux propriétaires s'élevait à 18% pour l'exercice.

Le chiffre d'affaires d'établissements comparables a diminué de 0,5%. Après un solide début d'exercice, des pertes d'emploi et une conjoncture économique défavorable ont affligé l'Ouest canadien tandis que le reste du Canada subissait toujours une forte pression concurrentielle, ce qui s'est traduit en une performance moyenne au cours du second semestre de l'exercice.

Description de l'entreprise de la Société

Aperçu

La Société compte parmi les principaux franchiseurs canadiens de l'industrie de la restauration. Ses activités consistent principalement à franchiser de nombreux concepts de restauration rapide et de restauration décontractée dans l'industrie. Son modèle multiconcept lui permet de se positionner sur une large gamme de secteurs démographiques, économiques et géographiques. Les concepts de la Société sont les suivants :



Brève description des concepts de la Société

Au Vieux Duluth Express^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu propose des spécialités grecques.

Big Smoke Burger^{MD}

Restaurants décontractés à service rapide de hamburgers frais pour connaisseurs.

Buns Master^{MD}

Boulangeries-pâtisseries offrant un assortiment complémentaire de charcuteries, de sandwiches préparés sur commande, de pizzas et de desserts.

Café Dépôt^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des thés et cafés de spécialités ainsi que des pâtisseries et sandwiches raffinés.

Country Style^{MD}/Country Style Bistro Deli

Restaurants à service rapide qui proposent du café, des beignets, des pâtisseries, des sandwiches, des soupes, des salades et d'autres casse-croûtes.

Croissant Plus^{MD}

Cafés à service rapide dont le menu se compose de pâtisseries, de salades, de soupes, de croissants, de sandwiches, de repas chauds et d'autres casse-croûtes.

Cultures^{MD}

Restaurants à service rapide spécialisé offrant des salades, des soupes, des sandwiches, des boissons fouettées (*smoothies*), des pâtisseries, des repas chauds et d'autres repas légers.

Extreme Pita^{MD}

Restaurants à service rapide qui propose des sandwichs sur pain pita sains et savoureux.

Fabrika^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des salades, des soupes, des sandwichs, des boissons fouettées (*smoothies*), des produits de pâtisserie, des repas chauds et d'autres repas légers.

Franx Supreme^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des hot dogs, des frites, de la poutine, des croquettes de poulet, des hamburgers et d'autres sandwichs similaires.

Jugo Juice^{MD}

Concept à service rapide qui propose, dans des lieux bien situés, un délicieux menu de boissons fouettées (*smoothies*), de roulés (*wraps*) et autres sandwichs à pain plat grillés.

Kim Chi Korean Delight^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de spécialités coréennes authentiques dont le *kalbi* (barbecue coréen), le *japchae* (nouilles transparentes), le *tupogi* (sauté de galettes de riz) et le *bibimbap* (légumes mélangés et riz).

Koryo Korean Barbeque^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des viandes et des poissons grillés au barbecue ainsi que d'autres délices de la table coréenne.

Koya Japan^{MD}

Franchises à service rapide de style japonais dont le menu se compose de plats cuisinés sur teppanyaki devant les clients, de sushis et de soupes aux nouilles.

La Crémère^{MD}

Comptoirs de crème glacée offrant des glaces et d'autres produits similaires.

Madisons New York Grill & Bar^{MD}

Restaurants décontractés offrant un menu nord-américain qui met à l'honneur les steaks, les côtes levées, les fruits de mer et les salades.

Manchu Wok^{MD}

Restaurants à service rapide qui met à l'honneur une cuisine chinoise.

Mr Souvlaki^{MD}

Restaurants à service rapide de style grec dont le menu se compose de viandes grillées et d'autres plats grecs.

MR.SUB^{MD}

Restaurants à service rapide offrant une variété de sandwichs sous-marins fraîchement préparés.

Mucho Burrito^{MD}

Restaurants décontractés à service rapide dont le menu se compose de plats frais inspirés de la cuisine mexicaine et préparés sur commande.

Muffin Plus^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de salades, de soupes, de sandwichs, de boissons fouettées (smoothies), de produits de pâtisserie, de repas chauds et d'autres produits similaires.

O'burger^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de hamburgers gourmets.

Panini Pizza Pasta^{MD}

Restaurants à service rapide qui proposent une cuisine italienne composée de pizzas, de pâtes, de salades et d'autres plats du même type.

Sukiyaki^{MD}

Restaurants à service rapide de style japonais, offrant des aliments cuisinés sur teppanyaki devant les clients, des sushis et des soupes aux nouilles.

Sushi Go^{MD}

Concept de restaurants à service rapide offrant une grande variété de sushis, de soupes, de salades et de thés.

Sushi-Man^{MD}

Concept de restaurants à service rapide offrant une variété de sushis, de soupes et de salades.

Sushi Shop^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de sushis et de makis ainsi que de salades et de plats de nouilles.

TacoTime^{MD}/TacoTime Cantina

Restaurants à service rapide qui proposent des plats mexicains authentiques.

Tandori

Comptoirs franchisés à service rapide offrant des plats indiens authentiques.

TCBY^{MD}

Comptoirs de service rapide proposant du yogourt glacé et des produits du même type.

Thaï Express^{MD}/ Pad Thaï Delights Thaï Cuisine

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de plats frais de style thaïlandais.

Thaïzone^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de plats frais inspirés de la cuisine thaïlandaise.

Tiki Ming^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des plats de la cuisine chinoise.

Tosto Quickfire Pizza Pasta^{MD}

Restaurants gourmets rapides offrant une grande variété de pâtes fraîches et de pizzas Romano faites à la main.

Tutti Frutti^{MD}

Restaurants décontractés qui offrent un service complet au petit-déjeuner et au dîner.

Vanellis^{MD}

Restaurants à service rapide offrant une cuisine italienne composée de pizza, de pâtes, de salades et d'autres plats du même type.

Valentine^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu propose des aliments nord-américains et en particulier des hot-dogs, des frites fraîches, de la poutine et des hamburgers.

Van Houtte^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des thés et cafés de spécialités ainsi que des pâtisseries et sandwichs pour gourmets.

Villa Madina^{MD}

Restaurants à service rapide offrant des plats de style libanais.

Vie & Nam^{MD}

Restaurants à service rapide dont le menu se compose de plats vietnamiens authentiques.

Wasabi Grill & Noodle^{MD}

Franchises de style japonais, à service rapide, qui proposent des plats grillés sur plaque chauffante, devant les clients, les sushis et les soupes aux nouilles.

yogen früz^{MD}

Comptoirs à service rapide proposant des yogourts et des desserts glacés ainsi que d'autres produits du même type.

L'industrie de la restauration

L'industrie de la restauration et des services alimentaires est un secteur dynamique, innovateur et important de l'économie canadienne. Les ménages canadiens consacrent en moyenne 3,3% de leur budget à des repas au restaurant². Les consommateurs, touristes et voyageurs d'affaires dépensent en moyenne 200 millions \$ par jour dans les restaurants, cafétérias, casse-croûtes, brasseries ou traiteurs canadiens qui les accueillent – la plupart détenus et exploités localement par des entrepreneurs indépendants des collectivités à travers le pays. On s'attendait à ce que les ménages canadiens dépensent 38,6% de leur budget alimentaire au restaurant en 2015, une légère augmentation par rapport à 2014. Le ménage américain moyen

² Source: Restaurant Central (restaurantcentral.ca), *Spending at restaurants in 2014*.

dépense 47,0% de son budget alimentaire au restaurant, une donnée qui est stable depuis trois ans³.

Les ventes totales des services alimentaires devraient passer le cap des 74 milliards \$ en 2015. L'un des plus importants employeurs du pays, l'industrie fournit des emplois à plus de 1,2 millions de Canadiens⁴.

L'industrie de la restauration se scinde en deux catégories : i) les services de restauration commerciaux et ii) les services alimentaires non commerciaux.

Les services de restauration commerciaux comprennent les établissements dont l'entreprise principale est le service d'aliments et de breuvages. Ils comptent pour environ 80% de la part de marché totale de l'industrie⁵ et leurs ventes devraient atteindre les 62 milliards \$ en 2016⁶. Les restaurants de cette catégorie sont segmentés de la façon suivante :

- Les restaurants à service complet (43% de la part de marché des services de restauration commerciaux), qui comprennent les restaurants raffinés, décontractés et de type familial qui détiennent ou non un permis d'alcool, de même que les restos-bars ;
- Les restaurants à service réduit (44% de la part de marché des services de restauration commerciaux), qui comprennent les restaurants à service rapide, les cafétérias, les foires alimentaires et les comptoirs de mets à emporter ou de livraison ;
- Les traiteurs sociaux et contractuels (9% de la part de marché des services de restauration commerciaux), qui comprennent les traiteurs contractuels qui fournissent des services alimentaires aux sociétés aériennes et ferroviaires, aux institutions et aux établissements récréatifs, de même que les traiteurs sociaux qui fournissent des services alimentaires lors d'événements spéciaux ; et
- Les débits de boissons (4% de la part de marché des services de restauration commerciaux), qui comprennent les bars, les tavernes, les brasseries, les bars-salons et les boîtes de nuit principalement destinés à servir des boissons alcoolisées pour consommation immédiate. Ces établissements peuvent également fournir un service alimentaire réduit.

Les services alimentaires non commerciaux comptent pour 20%⁵ de la part de marché totale de l'industrie de la restauration. Ils comprennent les services alimentaires autonomes d'établissements dont l'entreprise principale n'est pas le service d'aliments et de boissons. Les restaurants de chaînes présents à ces endroits sont comptés dans les ventes de restaurants commerciaux s'ils sont la propriété de la chaîne. Les services alimentaires non commerciaux sont segmentés de la façon suivante :

- Les services alimentaires en milieu d'hébergement (42% de la part de marché des services alimentaires non commerciaux), qui comprennent les services alimentaires offerts dans les hôtels, motels et centres de villégiature ;
- Les autres services alimentaires (58% de la part de marché des services alimentaires non commerciaux), qui comprennent les services alimentaires offerts dans les hôpitaux, les

³ Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2015, Market Review and Forecast.

⁴ Id.

⁵ Id.

⁶ Source: Restaurants Canada, Restaurant Industry Forecast, Reference Period 2015-2019.

centres d'hébergement, les écoles, les prisons, les usines et les bureaux. Ils comprennent aussi les services de machines distributrices, les clubs sportifs et privés, les cinémas, les stades et autres établissements saisonniers ou de divertissement.

On compte 91 254 unités de restauration commerciale au Canada⁷, soit 25 unités par 10 000 habitants. Soixante pour cent (60%) des restaurants du Canada sont indépendants ; les restaurants de chaînes comptent pour les 40% restants, mais s'attirent 77% de l'achalandage et 64% des sommes dépensées au restaurant⁸.

Si l'on compare les chiffres par habitant, les ventes des restaurants sont généralement plus élevées dans les provinces où les consommateurs font état d'un revenu disponible supérieur à la moyenne et où il n'y a pas de taxe provinciale sur les repas.

Le tableau suivant fournit des détails sur le nombre d'établissements et le chiffre d'affaires des services de restauration commerciaux par province en 2014⁹ :

	Nombre d'établissements	Chiffre d'affaires 2014 (en millions)	Moyenne par établissement (en milliers)	Établissements par 10 000 habitants
Colombie-Britannique	13 625	8 895 \$	653 \$	29,1
Alberta	10 178	8 710 \$	856 \$	24,3
Saskatchewan	2 304	1 799 \$	781 \$	20,3
Manitoba	2 501	1 675 \$	670 \$	19,3
Ontario	34 294	22 289 \$	650 \$	24,9
Québec	22 034	10 676 \$	485 \$	26,7
Nouveau-Brunswick	1 746	1 012 \$	579 \$	23,2
Nouvelle-Écosse	2 171	1 396 \$	643 \$	23,0
Île du Prince-Édouard	376	203 \$	541 \$	25,7
Terre-Neuve et Labrador	1 134	824 \$	726 \$	21,5

En 2013, la marge de bénéfice avant impôt des restaurants au Canada s'établissait à 4,3% du produit d'exploitation (5,4% pour les restaurants à service rapide), alors qu'elle était de 4,2% un an plus tôt. C'est en Saskatchewan et au Manitoba que les marges de bénéfice avant impôt sont les plus élevées. Le coût des marchandises vendues (34,0% du chiffre d'affaires), les salaires (31,5% du chiffre d'affaires) ainsi que les coûts de location et de crédit-bail (8,2% du chiffre d'affaires) constituaient les charges les plus importantes¹⁰.

La part de marché actuelle de la Société est difficile à évaluer étant donné l'ajout continu de concepts à son portefeuille et l'environnement concurrentiel en constante évolution. Selon

⁷ Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2015, Market Review and Forecast.

⁸ Id.

⁹ Id.

¹⁰ Source: Restaurants Canada, 2015 Operations Report.

Kostuch Media Ltd., le portefeuille d'enseignes de MTY comprend 14 des 100 plus importantes chaînes canadiennes de restaurants et 11 de plus parmi les 30 suivantes¹¹.

Évolution de l'entreprise

Un certain nombre des concepts de la Société ont été développés à l'interne tandis que d'autres se sont ajoutés au fil des acquisitions réalisées d'une année à l'autre. Le tableau qui suit fait état des concepts développés par MTY :

Concept	Inauguration du premier établissement
Tiki Ming ^{MD} – Cuisine chinoise	1983
Sukiyaki ^{MD} – Délices de la table japonaise	1988
Franx Supreme ^{MD} – Hot-dogs et hamburgers	1989
Chick'n'Chick ¹	1995
Panini Pizza Pasta ^{MD}	1995
Carrefour Oriental	1996
Caférama ^{MD 2}	1999
Au Vieux Duluth Express ^{MD} , au moyen d'une entente de développement régional exclusive au Québec et en Ontario	2002
Villa Madina ^{MD}	2003
Kim Chi Korean Delight ^{MD}	2006
Vie & Nam ^{MD}	2008
Tandori	2008
O'Burger ^{MD}	2008
Tosto Quickfire Pizza Pasta ^{MD}	2015

¹ Le dernier établissement Chick'n'Chick a été fermé durant l'exercice 2013.

² Le dernier établissement Caférama a été fermé durant l'exercice 2012 de la Société.

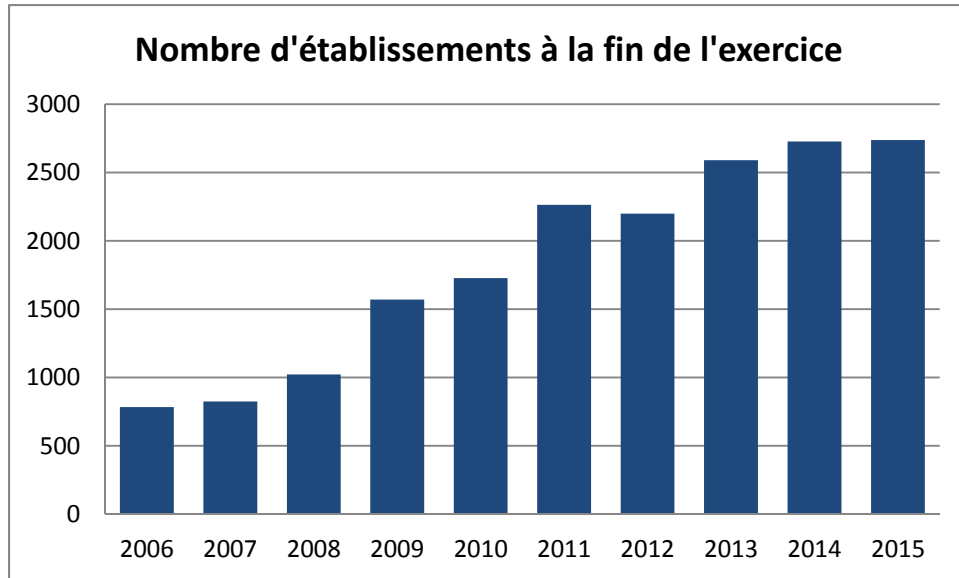
Le tableau suivant fait état des acquisitions réalisées par la Société à ce jour :

Concepts acquis	Année d'acquisition	Nombre d'établissements franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation	Nombre d'établissements propriété de la Société	Nombre total d'établissements acquis (franchisés et propriétaires)
Fontaine Santé/Veggirama ^{MD}	1999	18	0	18
La Crémère ^{MD}	2001	71	3	74
Croissant Plus ^{MD}	2002	18	2	20
Cultures ^{MD}	2003	24	0	24
Thai Express ^{MD}	2004	6	0	6
Mrs. Vanellis ^{MD}	2004	103	0	103

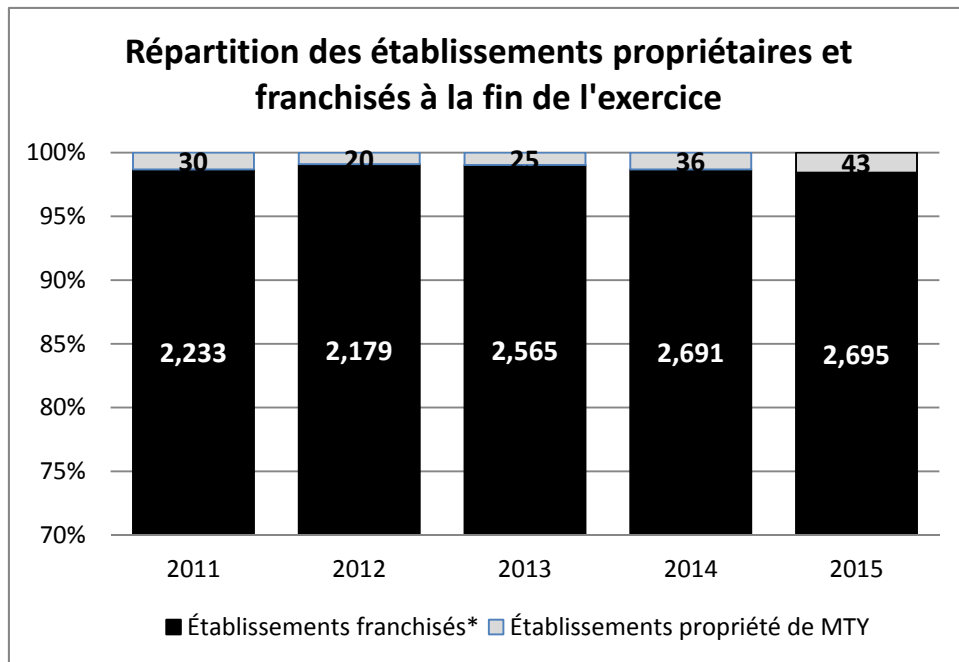
¹¹ Source: Foodservice and Hospitality, *The Annual Top 100 Report*, June 2015.

Concepts acquis	Année d'acquisition	Nombre d'établissements franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation	Nombre d'établissements propriété de la Société	Nombre total d'établissements acquis (franchisés et propriétaires)
Droits de franchisage de TCBY ^{MD} The Country's Best Yogurt au Canada	2005	91	0	91
Droits de franchisage de yogen früz ^{MD} au Canada	2006	152	0	152
Sushi Shop ^{MD}	2006	42	5	47
Koya Japan ^{MD}	2006	24	0	24
Établissements propriétaires de l'enseigne Sushi Shop ^{MD}	2007	0	15	15
Tutti Frutti ^{MD}	2008	29	0	29
Droits de franchisage de TacoTime ^{MD} au Canada	2008	117	0	117
Country Style ^{MD} et Buns Master ^{MD}	2009	475	5	480
Valentine ^{MD}	2010	86	9	95
Jugo Juice ^{MD}	2011	134	2	136
MR.SUB ^{MD}	2011	338	0	338
Koryo Korean Barbeque ^{MD}	2011	19	1	20
Mr Souvlaki ^{MD}	2012	14	0	14
Sushi Go ^{MD}	2013	3	2	5
Extremepita ^{MD} et Mucho burrito ^{MD}	2013	300	5	305
Thaïzone ^{MD}	2013	28	0	28
Madisons New York Grill & Bar ^{MD}	2014	14	0	14
Café Dépôt ^{MD} , Sushi-Man ^{MD} , Muffin Plus ^{MD} et Fabrika ^{MD}	2014	88	13	101
Van Houtte ^{MD}	2014	51	1	52
Manchu Wok ^{MD} , SenseAsian ^{MD} et Wasabi Grill & Noodle ^{MD}	2015	115	17	132
Big Smoke Burger ^{MD}	2015	13	4	17

La croissance du nombre d'établissements au cours des 10 dernières années découle surtout des acquisitions susmentionnées. Néanmoins, de nouveaux établissements sont fréquemment ouverts qui contribuent aussi à la croissance du nombre d'établissements de MTY. Au 30 novembre 2015, 2 738 établissements étaient exploités. L'histogramme ci-après illustre l'évolution du nombre d'établissements au cours des 10 derniers exercices :



Des 2 738 établissements en activité, 2 695 étaient franchisés ou faisaient l'objet d'une entente d'exploitation tandis que les 43 autres étaient exploités par MTY. L'historique qui suit illustre la répartition des établissements franchisés et de ceux appartenant à la Société :



* Établissements franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation.

Les établissements de MTY : i) ont façade sur rue ; ii) se trouvent dans les foires alimentaires et les centres commerciaux ; et iii) se présentent sous une forme non traditionnelle dans des stations-services, des dépanneurs, des cinémas et des parcs d'attractions ainsi qu'en d'autres lieux ou dans des parcs commerciaux. Les emplacements non traditionnels sont typiquement plus petits, exigent un moindre investissement et génèrent de ventes inférieures à celles

d'établissements établis dans les centres commerciaux, les foires alimentaires ou avec façade sur rue.

Le tableau ci-dessous fait état de la répartition des établissements de MTY et du chiffre d'affaires à l'échelle du réseau par type d'emplacement à la fin des deux derniers exercices financiers :

Type d'emplacement	Pourcentage du nombre d'établissements		Pourcentage du chiffre d'affaires à l'échelle du réseau	
	Exercices clos les 30 novembre		Exercices clos les 30 novembre	
	2015	2014	2015	2014
Centre commercial et foire alimentaire	41%	38%	44%	40%
Façade sur rue	40%	40%	44%	50%
Emplacements non traditionnels	19%	22%	12%	10%

La répartition géographique des établissements de MTY et des ventes à l'échelle du réseau est la suivante :

Situation géographique	Nombre d'établissements aux 30 novembre		Chiffre d'affaires à l'échelle du réseau Exercices clos les 30 novembre	
	2015	2014	2015	2014
Ontario	39%	41%	29%	31%
Québec	30%	31%	36%	35%
Ouest du Canada	20%	21%	24%	27%
Maritimes	3%	3%	2%	2%
Internationale	8%	4%	9%	5%

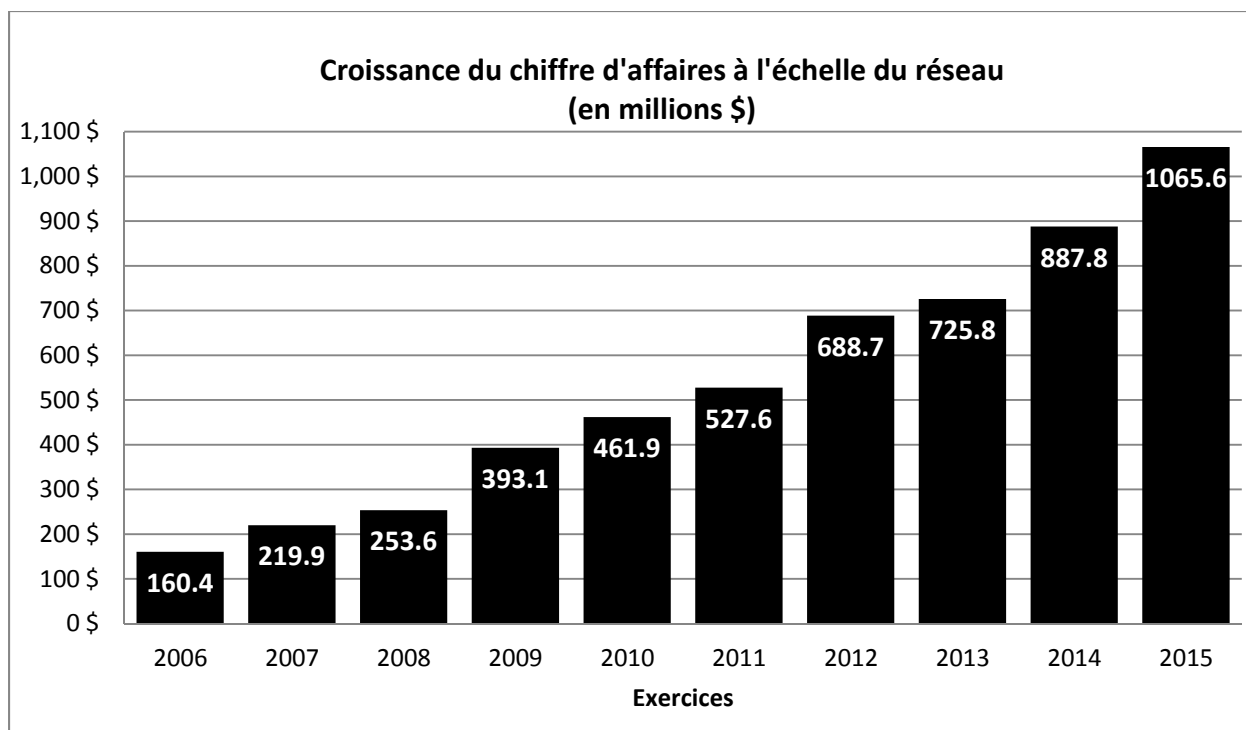
Le tableau ci-dessous fait état du nombre d'établissements par concept au 30 novembre 2015 :

Concept	Nombre d'établissements
Au Vieux Duluth Express ^{MD}	11
Big Smoke Burger ^{MD}	18
Buns Master ^{MD}	7
Café Dépôt ^{MD}	62
Country Style ^{MD}	404
La Crémère ^{MD}	61
Croissant Plus ^{MD}	1
Cultures ^{MD}	60
Extreme Pita ^{MD}	169
Fabrika ^{MD}	3
Franx Supreme ^{MD}	7
Jugo Juice ^{MD}	132

Concept	Nombre d'établissements
Kim Chi Korean Delight ^{MD}	11
Koya Japan ^{MD}	23
Koryo Korean Barbeque ^{MD}	15
Madisons ^{MD}	14
Manchu Wok ^{MD}	118
Mr Souvlaki ^{MD}	14
MR.SUB ^{MD}	291
Mucho burrito ^{MD}	96
Muffin Plus ^{MD}	25
O`burger ^{MD}	14
Panini ^{MD}	1
Sukiyaki ^{MD}	28
Sushi-Man ^{MD}	10
SushiGo ^{MD}	5
Sushi Shop ^{MD}	134
TacoTime ^{MD}	124
Tandori ^{MC}	21
TCBY ^{MD}	48
Thai Express ^{MD} / Pad Thai	281
Thaïzone ^{MD}	35
Tiki Ming ^{MD}	54
Tosto Quickfire Pizza Pasta ^{MD}	2
Tutti Frutti ^{MD}	44
Valentine ^{MD}	100
Vanellis ^{MD}	95
Van Houtte	44
Vie & Nam ^{MD}	4
Villa Madina ^{MD}	45
Wasabi Grill & Noodle ^{MD}	1
yogen früz ^{MD}	106
Total	2 738

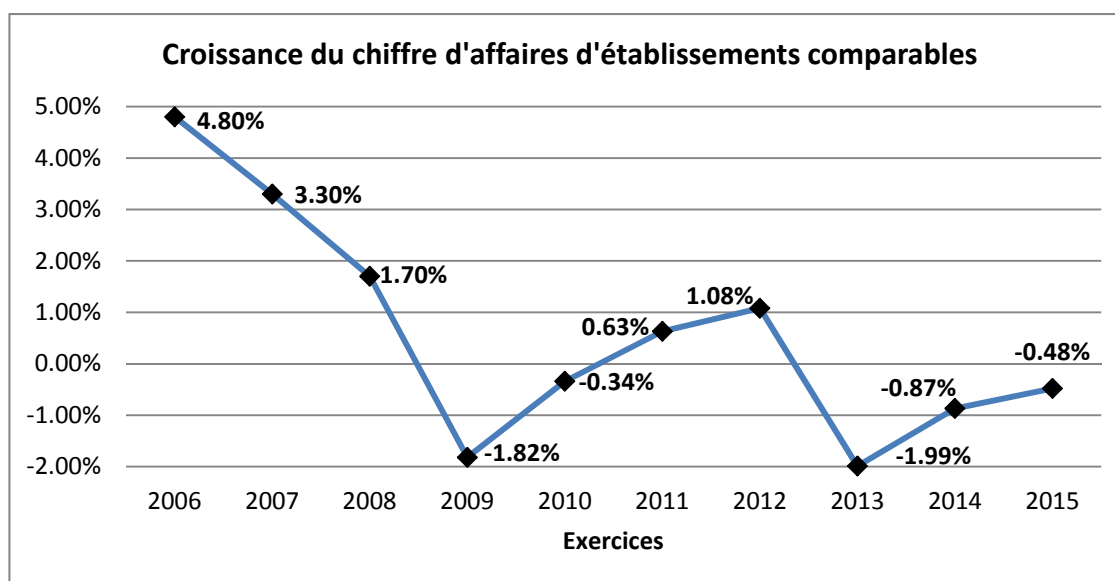
Chiffre d'affaires du réseau

L'histogramme qui suit illustre la croissance du chiffre d'affaires réalisée à l'échelle du réseau au cours des dix derniers exercices :



Chiffre d'affaires des établissements comparables

Le graphique qui suit illustre la croissance du chiffre d'affaires des établissements comparables au cours des 10 derniers exercices :



Saisonnalité des ventes totales du réseau

La Société ne perçoit pas la saisonnalité comme un facteur important de la variation trimestrielle de ses résultats. Les ventes totales du réseau varient de façon saisonnière ; durant janvier et

février, elles sont historiquement inférieures à la moyenne à cause du climat ; de mai à août, elles sont historiquement supérieures à la moyenne. Dans l'ensemble, cette situation découle d'un plus grand achalandage dans les établissements avec façade sur la rue, de ventes supérieures des établissements saisonniers qui ne sont ouverts que durant les mois d'été et de ventes supérieures des établissements situés dans des centres commerciaux. Les ventes des établissements situés dans des centres commerciaux sont également supérieures à la moyenne en décembre, durant la période du magasinage des Fêtes.

Approvisionnement et distribution

Les franchisés sont tenus d'acheter la majorité des ingrédients, produits, matériels, fournitures et autres effets nécessaires à l'exploitation de leur entreprise de distributeurs autorisés de la Société. Celle-ci dispose d'un Département des achats chargé d'optimiser le pouvoir d'achat de la Société afin de livrer les denrées et services requis dans l'exploitation de ses établissements.

Les arrangements relatifs à l'approvisionnement et à la distribution sont gérés par le Département des achats de la Société. Selon ces arrangements, des distributeurs indépendants autorisés achètent certains produits directement de fournisseurs agréés de la Société puis les entreposent, les vendent et les distribuent à ses établissements.

Les fluctuations de prix sont absorbées par les établissements propriété de la Société et franchisés. Ces programmes contribuent à assurer la disponibilité des produits et permettent un contrôle de la qualité et une distribution efficace des produits aux établissements. La plupart des produits nécessaires à l'exploitation des restaurants sont offerts de façon courante et peuvent être obtenus d'autres fournisseurs. La Société approvisionne deux de ses concepts à partir de son centre de distribution de St-Hyacinthe (Québec).

Exploitation des franchises

Les rapports juridiques de la Société avec ses franchisés sont régis par un contrat de franchise dont la durée est habituellement de 10 ans dans le cas des emplacements traditionnels et de trois à cinq ans dans le cas des emplacements non traditionnels. Sauf pour ce qui est de certains emplacements non traditionnels, chaque emplacement fait l'objet d'un contrat de franchise distinct. Le contrat de franchise confère le droit d'utiliser les marques de commerce associées aux concepts dans un territoire délimité et précise les normes globales d'exploitation régissant tous les aspects opérationnels pertinents.

Les droits de franchise initiaux varient habituellement de 25 000 \$ à 50 000 \$ dans le cas des emplacements traditionnels et de 5 000 \$ à 17 500 \$ dans le cas des emplacements non traditionnels. La Société perçoit de chaque franchisé, en vertu du contrat de franchise, une redevance périodique qui varie de 4,5% à 7% de son chiffre d'affaires brut. Dans la majorité des cas, soit la Société compte sur les franchisés pour produire un rapport exact de leur chiffre d'affaires à la fréquence prévue dans leur contrat de franchise, soit elle procède par sondage directement à partir du système de terminaux de point de vente en place dans l'établissement. Dans les autres cas, les redevances sont intégrées aux prix des produits et perçues par la Société auprès des distributeurs autorisés.

Chaque contrat de franchise stipule des sommes additionnelles qui doivent être versées à la Société par le franchisé. Le contrat décrit également les critères relatifs à la formation des employés, au soutien technique et à d'autres services fournis au franchisé par la Société. Un

contrat de franchise ne peut être cédé par le franchisé. Chaque contrat de franchise peut être résilié dans certaines situations prévues.

Vingt-deux groupes de franchisés détenant cinq emplacements ou plus contrôlent environ 405 emplacements.

Provenance des rentrées de la Société

La Société tire des rentrées des sources suivantes :

Franchisage

Les rentrées de franchisage comprennent les divers produits générés par les opérations de franchisage tels que décrits ci-après. Aux exercices clos les 30 novembre 2015 et 2014, ces rentrées constituaient respectivement 70% et 78% des rentrées totales de la Société :

- **Redevances.** La Société perçoit de chaque franchisé des redevances périodiques dont le taux varie habituellement de 4,5% à 7% des rentrées brutes, selon le concept. Ces redevances sont payables mensuellement.
- **Droits de franchise initiaux.** La Société impose des droits de franchise initiaux qui varient de 25 000 \$ à 50 000 \$ (5 000 \$ à 17 500 \$ dans le cas d'emplacements non traditionnels) au début du terme initial du contrat de franchise. Ces droits sont constatés à l'état des résultats lorsque la quasi-totalité des services initiaux stipulés au contrat de franchise ont été rendus, c'est-à-dire, d'ordinaire, lorsque l'établissement commence son exploitation.
- **Droits de licence maîtresse.** La Société impose des droits de licence maîtresse lorsqu'elle attribue des droits territoriaux pour le développement de ses concepts. Les droits de licence maîtresse sont constatés à l'état des résultats lorsque la Société a honoré la quasi-totalité de ses obligations initiales importantes aux termes du contrat, ce qui survient d'ordinaire lorsque le contrat est signé.
- **Droits de renouvellement.** La Société facture des droits au renouvellement d'une franchise expirée. Selon le concept, ces droits varient de 1 000 \$ à 5 000 \$ par année de renouvellement. Les droits de renouvellement sont constatés à l'état des résultats lorsque la Société a rendu la quasi-totalité des services pertinents auxquels elle est tenue en vertu du contrat de franchise, c'est-à-dire, d'ordinaire, lorsque le contrat est signé.
- **Produits de la vente d'emplacements.** Dans certains cas, la Société gère la construction d'un nouveau restaurant qu'elle livre « clé en main » au franchisé à la fin des travaux. Les produits tirés de la construction et de la rénovation de restaurants sont comptabilisés selon l'état d'avancement de l'activité au contrat à la fin de la période de présentation de l'information financière.
- **Ventes de denrées et de fournitures.** Les franchisés sont tenus d'acheter de la Société certaines denrées utilisées et vendues dans leur établissement, denrées que la Société leur vend à profit. Ces rentrées sont constatées aux résultats lorsque les denrées sont livrées. La Société perçoit aussi certains frais d'administration sur la revente de services aux franchisés du réseau.

- Revenus de location. La Société touche des loyers de certaines propriétés et des baux qu'elle détient, de même que des revenus de location d'enseignes. Dans la plupart des cas, la Société loue de leur propriétaire les locaux occupés par le franchisé, puis les sous-loue au franchisé. Dans certains cas, la Société facture un pourcentage ou un loyer additionnel, en supplément du loyer prévu au bail entre le propriétaire des lieux et la Société, ceci afin de couvrir ses obligations aux termes d'un tel bail. Il arrive aussi que la Société agisse en tant que mandataire, auquel cas elle ne comptabilise ni produit ni charge dans ses états financiers consolidés.
- Contreparties de fournisseurs. La Société reçoit une contrepartie de certains fournisseurs. Ces contreparties sont constatées aux résultats du mois où elles sont perçues.
- Frais de cession et autres frais. La Société perçoit des frais lors de la cession d'une franchise, pour la modification d'un contrat de franchise et d'autres documents, pour la production des plans et devis d'aménagement d'un restaurant et pour la supervision de travaux de construction.

Distribution

La Société touche des rentrées de la distribution d'aliments et de fournitures aux restaurants Valentine et Franx Supreme. Ces rentrées sont comptabilisées après livraison des denrées à l'établissement franchisé. Les produits de services de distribution ont constitué respectivement 4% et 5% des rentrées totales de la Société aux exercices 2015 et 2014.

Transformation des aliments

La Société touche des rentrées de la production d'une gamme de produits alimentaires. Les rentrées de la transformation d'aliments sont constatées aux résultats lorsque les denrées sont livrées à leur utilisateur ou lorsque des risques et avantages substantiels inhérents à leur propriété sont cédés à des distributeurs ou à des détaillants. Aux exercices 2015 et 2014, les produits de la transformation d'aliments ont constitué respectivement 6% et 7% des rentrées totales de la Société.

Établissements appartenant à la Société

La Société génère aussi des rentrées des restaurants dont elle est propriétaire et qu'elle exploite. Les produits des établissements appartenant à la Société sont comptabilisés lorsque les services sont rendus. Ces produits ont constitué respectivement 21% et 10% des rentrées totales aux exercices 2015 et 2014.

Gestion

La capacité de la Société d'attirer et de retenir un personnel de gestion compétent est un facteur clé du développement de son réseau de restaurants. La Société dispose d'une équipe de gestion extrêmement expérimentée dans l'industrie de la restauration. La perte de certains gestionnaires clés pourrait avoir des conséquences importantes sur l'exploitation de la Société.

Ressources humaines

Au 30 novembre 2015, la Société et ses filiales employaient environ 560 personnes travaillant plus que 20 heures par semaine (271 employés de bureau, 5 employés à son centre de

distribution, 72 à son usine de transformation des aliments et 212 dans les établissements dont elle est propriétaire).

Propriété intellectuelle

La propriété intellectuelle de la Société fait l'objet de sous-licences consenties aux franchisés. Le fait de maintenir et d'accroître son « identité de marque » au moyen de sa propriété intellectuelle constitue un élément clé du succès de la Société.

La propriété intellectuelle détenue et utilisée par la Société comprend des marques de commerce déposées ou dont la demande d'enregistrement est pendante en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* du Canada ou auprès d'agences internationales de marques de commerce, ainsi que des marques de commerce non déposées. La Société octroie des licences d'autres marques de commerce rattachées aux concepts Au Vieux Duluth Express^{MD}, TCBY^{MD}, yogen früz^{MD} et TacoTime^{MD}. Les droits de la Société d'utiliser ces marques de commerce déposées et la propriété intellectuelle afférente, de même que ses droits d'exploiter et de franchiser les concepts Au Vieux Duluth Express^{MD}, TCBY^{MD}, yogen früz^{MD} et TacoTime^{MD}, sont régis par les accords-cadres de franchisage ou ententes de développement qui suivent :

Entente de développement régional du concept Au Vieux Duluth Express

Entente de développement régional du concept Au Vieux Duluth Express dans les provinces du Québec et de l'Ontario intervenue le 2 mai 2002 entre Restaurants Au Vieux Duluth inc. et Tiki Ming. L'entente initiale était d'une durée de 10 ans, du 2 mai 2002 au 1^{er} mai 2012, et comportait une option de renouvellement de 10 ans, au gré de Tiki Ming, option assujettie à certaines conditions. Après l'échéance du terme initial, l'entente a été reconduite de mois en mois.

Accord-cadre de franchisage de Yogen Früz

Accord-cadre de franchisage intervenu le 30 mars 2006 entre Yogen Früz Canada Inc. et Tiki Ming et accord-cadre de droits de franchisage exclusifs au Canada intervenu le 31 janvier 2006 entre Yogen Früz Canada Inc., Tiki Ming et Groupe d'Alimentation MTY inc. pour un terme de 20 ans, du 1^{er} avril 2006 au 31 mars 2026, y compris une option de renouvellement de 10 ans à certaines conditions.

Accord-cadre de franchisage transnational de TCBY

Accord-cadre de franchisage transnational de TCBY intervenu le 20 février 1992 entre TCBY Systems, LLC (antérieurement TCBY Systems, Inc.) et Les Aliments Tremlac Canada limitée/ Tremlac Food Canada Limited, tel que modifié et cédé successivement, d'abord par Daniel Tremblay et Paul Lachance, puis par Donald Foley, et tel que cédé à Tiki Ming le 28 septembre 2005 pour le territoire du Canada, accord expirant le 31 décembre 2025.

Accord-cadre de franchisage de TacoTime

Accord-cadre de franchisage (auparavant nommé contrat de franchise au Canada) intervenu le 13 mars 1978 entre Kahala Franchise Corp. (antérieurement TacoTime International Inc.) et TacoTime Canada Inc. (antérieurement Taco Food (Canada) Inc.), tel que modifié de temps à autre et tel que cédé à Tiki Ming le 13 octobre 2008 pour le territoire du Canada, d'une durée illimitée sous certaines conditions.

L'entente et les accords-cadres susmentionnés sont désignés collectivement les « accords-cadres ». Restaurants Au Vieux Duluth inc., Yogen Früz Canada Inc., TCBY Systems, LLC et Kahala Franchise Corp. sont nommés collectivement les « franchiseurs ».

Marketing

En vertu des contrats de franchise, les franchisés doivent verser, selon le concept, une cotisation allant de 1% à 4% de leur chiffre d'affaires brut au fonds de développement des affaires. Ces sommes sont perçues par la Société en sa qualité d'agent et utilisées à des fins de marketing et de publicité ; elles sont réservées pour promouvoir les concepts visés. Les franchisés financent, outre le fonds de développement des affaires, des activités de commercialisation supplémentaires aux plans de la publicité locale et des promotions.

Marché cible

Historiquement, la Société a centré son expansion sur le marché canadien. En 2013, elle a acquis un système de franchise américain qu'elle exploite depuis son nouveau bureau de Scottsdale, Arizona. L'acquisition du système de franchise de Manchu Wok, en 2015, a intégré de nouveaux établissements à l'assise établie aux États-Unis. Au 30 novembre 2015, 68 établissements étaient exploités aux États-Unis. La Société a l'intention d'étendre ce système de franchise en tirant profit de l'assise nouvellement acquise.

La Société planifie également de développer plus avant ses concepts au plan international, ceci au moyen d'accords-cadres de franchisage. Présentement, 142 établissements sont exploités ailleurs qu'en Amérique du Nord, soit aux Émirats arabes unis, au Bahreïn, au Qatar, au Koweït, en Arabie saoudite, en Jordanie, au Maroc, au Royaume-Uni, au Liban, en Hongrie et en Inde.

Concurrence

Les restaurants à service rapide et les restaurants décontractés de l'industrie des services de restauration commerciaux ont de faibles barrières à l'entrée et sont, en conséquence, hautement compétitifs. La concurrence émane tant de compétiteurs établis, certains pouvant disposer de ressources plus importantes que les nôtres, que de nouveaux exploitants éventuels du marché. Chacun des établissements de la Société concurrence d'autres services de restauration commerciaux dans le même secteur géographique. La concurrence, dans sa perspective la plus large, comprend les restaurants, les restaurants à service rapide, les comptoirs de livraison et de commandes à emporter, les cafés, les cantines mobiles, les dépanneurs, les charcuteries et les supermarchés. Chaque établissement de la Société concurrence d'autres exploitations dans son marché local, essentiellement à travers la façon dont sont perçues la qualité, la variété et la valeur des produits alimentaires qu'il propose et par le biais de la qualité des services qu'il offre à sa clientèle. Le nombre d'établissements des enseignes de la Société, leur emplacement, la qualité et la rapidité du service, l'attrait des installations, de même que l'efficacité du marketing et le développement de nouveaux produits sont aussi d'importants facteurs concurrentiels.

Compétitivité

Le succès de la Société peut être attribué aux facteurs suivants :

- Après plus de 30 ans dans l'industrie du franchisage de restaurants, la Société a développé une expertise et s'est bâti une solide réputation auprès des propriétaires et de ses franchisés, ce qui lui a permis de poursuivre son expansion.
- Le modèle multiconcept permet à la Société de se positionner sur une large gamme de secteurs démographiques, économiques et géographiques.
- L'acquisition d'une franchise de l'un des concepts de MTY requiert un investissement relativement abordable allant de 150 000 \$ à 550 000 \$ et de 30 000 \$ à 120 000 \$ dans le cas d'un emplacement non traditionnel, ce qui constitue un coût d'entrée concurrentiel assorti de diverses options pour les franchisés.
- Une croissance soutenue permet à la Société d'accroître son pouvoir d'achat et, en conséquence, d'offrir à ses franchisés des produits, des fournitures et l'achat de publicité à des prix concurrentiels.

Stratégie

La Société entend accroître sa part de marché au moyen d'une stratégie axée sur les éléments suivants :

- Augmenter les ventes des établissements comparables

La stratégie de la Société en ce qui a trait à la croissance du chiffre d'affaires des établissements comparables mise sur la publicité, la mise en marché de nouveaux produits, l'innovation, l'excellence en matière d'exploitation et la formation continue, le tout en vue d'accroître le nombre des clients et leur addition moyenne.

- Actualiser l'image des concepts et revisiter les menus

La Société entend continuer à innover en proposant de nouveaux plats ou de nouveaux concepts et en actualisant l'image de ses concepts existants.

- Accroître la rentabilité des restaurants

La rentabilité des restaurants qui composent le réseau de la Société est cruciale pour nos partenaires de franchisage. Nous croyons qu'une attention soutenue doit être portée à l'accroissement des ventes, au maintien des coûts et à l'adaptation de nos concepts afin de créer une rentabilité durable.

- Mettre à profit son offre multiconcept pour prendre de l'expansion au Canada et à l'étranger

La Société entend continuer à ouvrir de nouveaux établissements pour ses bannières actuelles, que ce soit dans des centres commerciaux, dans des locaux ayant façade sur rue ou dans des emplacements non traditionnels.

- Être à l'affut des accords-cadres de franchisage international

La Société entend se développer au plan international au moyen d'accords-cadres de franchisage régional.

- Procéder à des acquisitions

La Société entend poursuivre l'acquisition de réseaux de franchises.

Réglementation gouvernementale

Réglementation locale applicable en restauration

Les établissements franchisés de la Société, tout comme ceux dont elle est propriétaire, font l'objet de permis et sont réglementés par un certain nombre d'autorités gouvernementales, notamment en matière d'alcool, de santé, d'hygiène, d'environnement, de sécurité, de sécurité incendie et de construction, en matière linguistique et en d'autres domaines, tant au niveau provincial qu'au niveau municipal. Développer de nouveaux emplacements, en particulier ceux ayant façade sur rue, exige l'obtention de permis et d'autorisations d'aménagement des terrains. Des délais peuvent découler de difficultés à obtenir ces permis et autorisations ou du fait d'exigences plus strictes des organismes gouvernementaux locaux en matière de zonage, d'utilisation du territoire et d'émission de permis. La Société, à l'égard de ses établissements en propriété et franchisés, doit se conformer à toute la réglementation fédérale, provinciale et municipale applicable. Aux termes des contrats de franchise, les franchisés indemnisent la Société de toute responsabilité et tous dommages pouvant résulter de leur manquement à cette réglementation.

Réglementation applicable aux produits alimentaires

Les fournisseurs de produits alimentaires auxquels la Société fait appel pour approvisionner ses établissements en propriété et franchisés, tout comme les franchisés, doivent se conformer à la réglementation fédérale et provinciale applicable qui régit la production, la manutention, la préparation et l'étiquetage des produits alimentaires.

Réglementation sur le franchisage

La Société doit se conformer à la réglementation en vigueur en Ontario, en Alberta, au Manitoba, au Nouveau-Brunswick et à l'Île du Prince-Édouard qui exige que certains renseignements soient communiqués à l'égard de l'offre et de la vente de franchises. Cette réglementation exige que la Société produise à l'intention des franchisés éventuels de l'Ontario, de l'Alberta, du Manitoba, du Nouveau-Brunswick ou de l'Île du Prince-Édouard, selon le cas, un document d'information contenant les renseignements prescrits.

La Société doit également se conformer aux diverses lois fédérales et d'État applicables là où elle exploite des établissements aux États-Unis. Ces lois exigent aussi que la Société produise à l'intention des éventuels franchisés un document d'information contenant les renseignements prescrits. Ces documents doivent être soumis annuellement à l'approbation aux autorités concernées avant d'être utilisés.

Réglementation du travail

La Société et ses franchisés sont assujettis aux lois provinciales sur les normes du travail qui régissent leur relation avec des salariés, notamment quant au salaire minimum, aux heures supplémentaires et aux conditions de travail.

Réglementation régissant les boissons alcoolisées

La réglementation sur le contrôle des boissons alcoolisées exige que la Société ou un franchisé, selon le cas, dépose une demande de permis ou de licence auprès de l'autorité municipale ou provinciale concernée pour vendre des boissons alcoolisées dans leur établissement et, en certains endroits, afin d'étendre leurs heures d'ouverture ou d'ouvrir les dimanches. D'une façon générale, ces permis doivent être renouvelés annuellement et peuvent être révoqués ou suspendus en tout temps pour des motifs prescrits par la loi. La réglementation sur le contrôle des boissons alcoolisées touche plusieurs aspects de l'exploitation d'un établissement, notamment l'âge minimum auquel des clients peuvent consommer de l'alcool et celui auquel des salariés peuvent en servir, les heures d'ouverture, la publicité, les achats en gros, le contrôle des stocks ainsi que la manutention, l'entreposage et le service des boissons alcoolisées. À certains endroits, les établissements peuvent être assujettis à des lois ou à des principes de *common law* qui, dans l'ensemble, confèrent à une personne blessée par une personne en état d'ébriété le droit de réclamer des dommages à l'établissement qui a servi à tort de l'alcool à cette personne ivre.

Réglementation sur le tabagisme

Les établissements sont assujettis à diverses lois qui y interdisent ou limitent l'usage du tabac et imposent des amendes en cas d'infraction.

Critères de placement

La Société place d'ordinaire ses surplus de trésorerie dans des instruments financiers liquides et garantis. Ces placements portent normalement sur des périodes de moins de 12 mois et sont effectués sur des certificats de placements garantis de grandes institutions financières ou dans des comptes d'épargne à taux d'intérêt élevé de banques canadiennes réputées.

Facteurs de risque

Un investissement dans la Société comporte certains risques. Les investisseurs devraient considérer avec attention, outre les renseignements fournis dans la présente notice annuelle et dans les autres documents publics d'information déposés par la Société, les facteurs de risque et les incertitudes suivants qui sont tous visés par les renseignements détaillés figurant ailleurs dans la présente notice annuelle et qui doivent être lus de pair avec ceux-ci. Tous les éléments mis en évidence par ces facteurs de risque et ces incertitudes peuvent avoir une incidence négative importante sur les résultats de la Société, ses perspectives d'affaires ou sa situation financière. Les facteurs de risques et incertitudes décrites ci-après ne sont pas les seuls auxquels la Société fait face. Des risques et des incertitudes additionnels, inconnus pour l'instant de la Société, de ses administrateurs et des membres de la haute direction de la Société, ou qui sont présentement jugés négligeables, peuvent aussi avoir des répercussions sur l'exploitation de l'entreprise de la Société.

Compétitivité au sein de l'industrie de la restauration

La rentabilité de la Société dépend directement de divers facteurs qui touchent l'industrie de la restauration dans son ensemble, dont une intense compétitivité à l'égard des prix, du service, des emplacements et de la qualité des aliments. Si la Société devenait incapable de résister à

la concurrence qui existe dans l'industrie de la restauration, sa rentabilité pourrait en souffrir. L'incapacité de la Société de maintenir le chiffre d'affaires des établissements comparables et le nombre d'établissements de son réseau, de même que l'incapacité de ses franchisés de verser leurs droits de franchise, leurs redevances et d'autres sommes à la Société pourraient avoir une incidence défavorable importante sur l'entreprise de la Société, sa situation financière ou ses résultats d'exploitation.

Malgré que la Société dispose d'une vaste gamme de concepts, diversifiés tant à l'égard des types d'emplacements qu'à l'égard de leur répartition géographique au Canada, sa performance est aussi influencée par les changements qui surviennent dans les tendances démographiques, les profils d'achalandage, les taux d'occupation des centres commerciaux et des tours de bureaux ainsi que dans le type, le nombre et l'emplacement des restaurants concurrents. De plus, des facteurs tels l'innovation, des coûts accrus des aliments, de la main-d'œuvre et des avantages sociaux, les coûts d'occupation et la disponibilité de gérants expérimentés et de salariés horaires peuvent avoir des incidences défavorables sur la Société. Des préférences et des profils de dépenses discrétionnaires variables chez les consommateurs pourraient obliger la Société à modifier ou à discontinuer des concepts ou des menus et de là, entraîner une réduction de ses résultats et revenus d'exploitation. Même si la Société arrivait à concurrencer avec succès d'autres sociétés de restauration offrant des concepts similaires, elle pourrait être forcée d'apporter des changements à un ou plusieurs de ses concepts pour répondre à des changements en matière de goûts ou de profils de restauration chez les consommateurs. Si la Société modifie un concept, elle peut perdre des clients additionnels qui préféraient l'ancien concept et son menu ; elle peut aussi être incapable d'attirer un nouvel achalandage suffisant à générer le revenu nécessaire pour rendre ce concept rentable. De la même façon, après avoir modifié son concept, la Société peut se retrouver avec des concurrents différents ou supplémentaires face à la clientèle visée et pourrait être incapable de rivaliser avec ceux-ci. La réussite de la Société dépend aussi de nombreux facteurs ayant une incidence sur les dépenses discrétionnaires du consommateur, dont la conjoncture économique, le revenu disponible du consommateur et son niveau de confiance. Des changements préjudiciables touchant ces facteurs pourraient réduire l'achalandage ou imposer des limites pratiques sur les prix, l'un et l'autre étant susceptibles de réduire le chiffre d'affaires et les résultats d'exploitation.

Environnement économique

L'entreprise de la Société est tributaire de nombreux aspects d'un environnement économique général sain qui vont de dépenses de consommation soutenues propres à promouvoir les ventes jusqu'à l'accessibilité au crédit requis pour financer les franchisés et la Société. À la lumière des récentes tourmentes qui ont touché l'économie, le crédit et les marchés financiers, la rentabilité de la Société et le cours de ses actions ne sont pas à l'abri de revers. Les hypothèses de planification actuelles de la Société prévoient que l'industrie de la restauration rapide sera affectée par le climat d'incertitude économique qui traverse présentement les provinces où elle fait affaires. Cependant, la direction juge que cette situation n'aura pas de conséquences majeures sur la Société pour les raisons suivantes : 1) la Société dispose de flux de trésorerie soutenus et d'une robuste santé financière ; 2) pendant une période de ralentissement économique, les établissements de restauration rapide sont une option abordable pour les consommateurs qui souhaitent prendre un repas à l'extérieur.

Durabilité et croissance des affaires de la Société

La durabilité et la croissance de l'entreprise de la Société sont tributaires de sa capacité de :

- Maintenir son réseau de franchises actuel, qui est soumis à plusieurs facteurs de risques y compris, sans s'y limiter, le renouvellement des baux existants à des taux acceptables avec des franchisés qualifiés ;
- Poursuivre l'expansion de ses concepts actuels en obtenant des emplacements et des conditions de location convenables et en recrutant les franchisés qu'il leur faut ;
- Maintenir et augmenter le chiffre d'affaires des établissements comparables ;
- Réaliser des acquisitions favorisant la croissance ; le temps, l'énergie et les ressources nécessaires à l'intégration des entreprises acquises au réseau et à la culture de MTY peuvent aussi avoir une incidence sur ses résultats ; et
- Retenir les franchisés qualifiés dans son réseau de franchises et le personnel de gestion des établissements dont elle est propriétaire. La Société rivalise avec ses compétiteurs et des franchiseurs d'autres entreprises à l'égard des emplacements et du personnel de gestion ; son incapacité d'obtenir des franchisés et un personnel compétents pourrait avoir une incidence défavorable sur le développement de son entreprise.

La qualité des opérations de chacun des établissements franchisés ou propriété de la Société peut être altérée par divers facteurs qui sont hors du contrôle de la Société. En conséquence, la Société, la direction, le personnel et les franchisés pourraient éprouver des difficultés à exploiter leurs établissements selon les normes et exigences de la Société ou ne pas réussir à retenir des franchisés qualifiés ou à embaucher et former un personnel de gestion et d'exploitation compétent. Le cas échéant, l'image et la réputation des établissements franchisés et propriété de la Société pourraient en souffrir et son chiffre d'affaires comme ses résultats d'exploitation pourraient diminuer.

Toxi-infections alimentaires

La couverture médiatique entourant l'écllosion d'une intoxication alimentaire peut avoir un effet préjudiciable sur les ventes d'un ou de plusieurs restaurants de l'un ou plusieurs de nos concepts et dès lors, sur les résultats de la Société. Les franchisés peuvent faire l'objet de plaintes ou de litiges de la part de clients alléguant une affection d'origine alimentaire ou d'autres préoccupations reliées à la qualité des aliments ou à leur santé. La mauvaise presse en résultant peut avoir des conséquences néfastes sur les ventes des restaurants, peu importe que ces allégations soient fondées ou que le franchisé soit éventuellement tenu responsable.

Propriété intellectuelle

La capacité de la Société de maintenir ou d'accroître ses résultats d'exploitation sera tributaire de son aptitude à maintenir une « identité de marque » au moyen de la propriété intellectuelle qu'elle détient ou concède sous licence. Si la Société ne parvient pas à conserver ou à faire respecter ses droits de propriété intellectuelle, ou si elle échoue à faire valoir ses droits aux termes de contrats de franchise avec ses franchisés, elle peut se trouver incapable de tirer profit de ses efforts en vue d'établir et de maintenir son identité de marque. Une utilisation inadéquate, qui réduit la valeur de ses marques de commerce et autres droits de propriété intellectuelle au Canada et ailleurs, peut avoir des répercussions sur la valeur de la propriété intellectuelle et diminuer les résultats d'exploitation de la Société. De la même façon, une mauvaise presse ou des incidents regrettables associés à ses marques de commerce et autres droits de propriété intellectuelle au Canada ou à l'extérieur du Canada peuvent avoir un effet malheureux sur l'image et la réputation de la Société, ce qui entraînerait un recul de ses

résultats d'opération. Toutes les marques de commerce déposées au Canada peuvent être contestées suivant les dispositions de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada) et d'autres droits de propriété intellectuelle peuvent faire l'objet de différends similaires. Si la Société était déchue de l'un ou l'autre de ses droits de propriété intellectuelle, ses résultats d'exploitation pourraient en souffrir et la situation pourrait également nuire à son expansion internationale.

Réglementation gouvernementale

La Société est assujettie à une vaste réglementation fédérale, provinciale et locale dans le cadre de son entreprise. Chaque établissement du réseau, franchisé ou non, est soumis à l'obtention de permis et à la réglementation de nombreux organismes gouvernementaux, notamment en matière de boissons alcoolisées, de tabagisme, d'environnement, de santé, de sécurité, de prévention incendie et en matière linguistique. La difficulté ou le défaut d'obtenir les licences, approbations ou permis requis, leur révocation subséquente ou le non-respect des amendements apportés à la réglementation gouvernementale concernant l'interdiction de fumer, l'étiquetage des plats et l'information nutritionnelle, les restrictions sur le service à l'auto, l'élimination des gras trans ou certaines questions environnementales peuvent entraver le maintien et l'accroissement par la Société de son réseau de franchises tout en ayant une incidence défavorable sur l'entreprise, la situation financière ou les résultats de la Société.

Réglementation sur le travail

L'exploitation des établissements de la Société, franchisés ou non, est assujettie à la réglementation sur le travail régissant notamment le salaire minimum, les conditions de travail, les heures supplémentaires et les pourboires. Une partie importante du personnel de la Société affecté à la préparation et au service des aliments est rémunérée au taux du salaire minimum et, conséquemment, toute augmentation du salaire minimum accroîtra les coûts de la main-d'œuvre des franchisés et de la Société et pourrait avoir une incidence sur les résultats de la Société.

Litiges, recours collectifs et autres différends éventuels

La Société peut faire l'objet de plaintes ou de réclamations de la part de clients qui allèguent une affection d'origine alimentaire, des blessures subies dans un établissement ou d'autres préoccupations en matière de qualité des aliments, de santé ou d'exploitation. La publicité négative associée à de telles allégations peut avoir des conséquences importantes sur les résultats de la Société, peu importe que ces allégations soient fondées ou que la Société soit éventuellement tenue responsable.

La Société peut faire l'objet de réclamations de la part de bailleurs au sujet de baux pour lesquels elle agit à titre de locataire, et elle peut aussi faire l'objet de réclamations de franchisés actuels ou passés pour des motifs variés. De telles réclamations peuvent avoir une incidence importante sur les résultats de la Société si un tribunal ou un arbitre détermine qu'elles sont fondées.

Changements aux taxes de vente

L'application de nouvelles taxes sur les ventes réalisées par des restaurants, mais non sur les aliments vendus en épicerie pourrait avoir un effet défavorable sur les ventes des restaurants du réseau. Une augmentation du taux des taxes de vente actuelles pourrait avoir une incidence

négative sur le revenu disponible des consommateurs et par conséquent, sur leur fréquentation des restaurants en général et sur les ventes des établissements du réseau en particulier.

Dépendance de la Société à l'égard du personnel clé

Le succès de la Société est tributaire de la performance individuelle d'un groupe restreint d'employés et de cadres supérieurs. Bien que la Société se croie en mesure de remplacer son personnel clé, le cas échéant, dans un délai raisonnable, la perte de ces personnes pourrait avoir une incidence négative importante sur la performance financière de la Société.

Dépendance de la Société à l'égard des franchiseurs des concepts TCBY^{MD}, yogen früz^{MD}, TacoTime^{MD} et Au Vieux Duluth^{MD}

La Société agit en qualité de franchisé des franchiseurs en vertu des accords-cadres et dépend fortement des franchiseurs pour ses opérations. Étant donné la nature du franchisage et les accords-cadres conclus avec les franchiseurs, le succès à long terme de la Société dépendra de façon significative du dynamisme continu des concepts Au Vieux Duluth^{MD}, TCBY^{MD}, yogen früz^{MD} et TacoTime^{MD}, de même que de la performance globale des franchiseurs.

Aux termes des accords-cadres, la Société est tenue de respecter toutes les normes et instructions émises de temps à autre par les franchiseurs. La Société est également tenue de verser aux franchiseurs une redevance mensuelle ainsi que la cotisation publicitaire mensuelle applicable. Si la Société devait manquer à ses obligations contractuelles, les franchiseurs pourraient résilier tout ou chacun des accords-cadres, ce qui aurait des conséquences néfastes sur la Société. Les conditions initiales des contrats de franchise sont échelonnées. Certains accords-cadres comportent une option de renouvellement subordonnée au fait que la Société continue de s'acquitter de ses obligations et remplisse d'autres conditions. Même si la Société respecte ses engagements, rien ne garantit le renouvellement des accords-cadres pour quelque terme que ce soit après leur terme initial. Le défaut de renouveler certains des accords-cadres pourrait entraîner une perte de revenus et de profits d'exploitation pour la Société et aurait un effet préjudiciable sur ses flux de trésorerie.

Baux et renouvellement de baux

Au 30 novembre 2015, la Société avait signé avec divers propriétaires fonciers 1 425 contrats de location qui constituent des obligations s'élevant à 444 millions \$, dont 417 millions \$ en sous-locations aux franchisés. La majorité de ces baux sont à long terme ; ils s'étendent généralement sur 5 à 10 ans. Certains baux prévoient un droit de renouvellement conditionnel à ce que le locataire continue de respecter les termes de son bail. Même si elle remplit ses obligations, rien ne garantit que la Société puisse renouveler ces baux à des conditions favorables. La perte éventuelle d'un emplacement privilégié à l'expiration du bail aurait une incidence sur la rentabilité, les résultats financiers et les résultats d'exploitation de la Société. Seize (16) propriétaires fonciers dont la Société occupe 10 emplacements ou plus détiennent ou gèrent 512 des emplacements loués par la Société.

Variation des prix et des approvisionnements

Les mécanismes de soutien des prix mis en place et maintenus par diverses commissions provinciales ou autres offices de commercialisation gardent les prix du poulet et d'autres produits à des prix artificiellement élevés. Bien que ces mécanismes fassent l'objet de contestations juridiques aux niveaux international et provincial, rien ne peut assurer qu'ils ne

seront pas maintenus indéfiniment. Qui plus est, rien ne peut assurer que les offices concernés n'augmenteront pas les prix de tels produits à l'avenir.

Saisonnalité des affaires

Les résultats d'exploitation d'une période intermédiaire ne sont pas nécessairement indicatifs de ceux de l'exercice entier. La Société estime que la saisonnalité ne sera pas un facteur important de la variation trimestrielle de ses résultats. Les ventes totales des établissements du réseau varient au fil des saisons; en janvier et février, elles sont historiquement inférieures à la moyenne du fait des conditions climatiques; de mai à août, elles sont historiquement supérieures à la moyenne du fait d'un achalandage accru dans les établissements ayant façade sur rue et d'une augmentation des ventes des établissements saisonniers qui ne sont ouverts que pendant les mois d'été ainsi que des établissements situés dans des centres commerciaux. Les ventes des établissements situés dans des centres commerciaux sont également supérieures à la moyenne en décembre, durant la période du magasinage des Fêtes. La Société peut également constater des variations trimestrielles de ses résultats d'exploitation à la suite de fluctuations de son chiffre d'affaires associées à divers facteurs, notamment la conjoncture économique, l'achalandage des centres commerciaux, les effets de la rigueur du climat ou de catastrophes naturelles, l'ouverture de nouveaux établissements ou la fermeture de franchises existantes ou d'établissements appartenant à la Société.

Maintien d'un niveau de rentrées adéquat

Le défaut de toucher des franchisés, fournisseurs, propriétaires immobiliers et autres clients de la Société un niveau de rentrées adéquat, y compris à la suite de différends ou de litiges, peut avoir une incidence défavorable importante sur les résultats d'exploitation de la Société et sur sa situation financière en particulier. Nos franchisés sont des exploitants indépendants et en tant que tels, sont soumis à plusieurs facteurs que la Société ne peut contrôler. Si la conjoncture économique devait se détériorer, certains franchisés pourraient devenir incapables de payer leurs redevances et loyer.

Coûts des produits de base, pénurie et coûts de la main-d'œuvre et autres risques

La dépendance des entreprises de services alimentaires à l'égard de livraisons régulières de produits frais et de denrées les expose au risque que des pénuries ou la suspension des approvisionnements causées par des intempéries ou d'autres situations puisse affecter de façon négative la disponibilité, la qualité et le coût des ingrédients. En particulier, certaines denrées telles le poulet, le café, le sucre, la farine, l'huile, le riz et le poisson constituent une large part du coût total des produits alimentaires utilisés par la Société. L'augmentation du prix de ces denrées spécifiques peut entraîner une diminution significative des résultats d'exploitation de la Société. De plus, des tendances ou une évolution défavorables de facteurs comme l'inflation, le coût des aliments, des salaires et des avantages sociaux (y compris l'augmentation des salaires horaires et des taux de cotisation aux régimes d'assurance reliés à l'emploi), les conditions climatiques régionales, les taux d'intérêt, les taux de change et la disponibilité de gestionnaires et de salariés horaires expérimentés peuvent aussi ébranler l'industrie des services alimentaires en général et éroder les résultats d'exploitation et la situation financière de la Société en particulier.

Capacité de repérer et de s'assurer des emplacements acceptables

Les emplacements affectent sensiblement la performance de la Société. Comme les profils démographiques se modifient, rien ne peut garantir que les emplacements actuels continueront d'être attrayants ou que de nouveaux emplacements pourront être repérés et obtenus. Il est possible que les emplacements actuels ou que la conjoncture économique à l'endroit où les établissements sont situés se détériorent à l'avenir, ce qui pourrait entraîner un fléchissement des ventes des établissements visés. Rien ne garantit non plus que les nouveaux emplacements fassent mieux que les anciens.

Pertes non assurées et sous-assurées

La Société établit à sa discrétion le montant, l'étendue de la couverture et les franchises applicables à ses assurances compte tenu du maintien de polices adéquates souscrites à un coût commercialement raisonnable et à des conditions qui lui conviennent. Cette pratique peut se traduire en une garantie qui, dans le cas d'une perte substantielle, ne suffirait pas à couvrir la perte entière.

Emplacements internationaux

Notre engagement accru dans des opérations étrangères nous expose aux multiples risques inhérents aux territoires dans lesquels les restaurants sont exploités. L'instabilité politique et sociale, la réglementation gouvernementale, les taux de change, les incertitudes en ce qui a trait à l'interprétation ou à l'application de certaines lois, les normes éthiques et des modifications indésirables de l'impôt sur les bénéfices ou des taxes de vente peuvent avoir un effet préjudiciable sur la Société.

Taux de change

La Société maintient tous ses comptes importants en dollars canadiens. Elle est exposée aux fluctuations des taux de change à l'égard de ses opérations étrangères.

Les taux de change affectent aussi la capacité des franchisés de la Société de s'assurer certains produits alimentaires à des taux favorables, ce qui se répercute sur la rentabilité de leurs activités.

Taux d'intérêt

La Société dispose présentement d'une ligne de crédit renouvelable autorisée s'élevant à 40 millions \$, sur laquelle 6,3 millions \$ avaient été tirés au 30 novembre 2015. Dans le cours de ses affaires, la Société pourrait devoir utiliser plus que la somme disponible ou accroître sa marge autorisée. Les fluctuations des taux d'intérêts pourraient avoir un impact important sur la rentabilité de la Société.

Technologies de l'information

MTY s'appuie largement sur des systèmes informatiques et des infrastructures réseautées dans le cadre de ses activités, notamment des systèmes de points de vente, des procédés de traitement des paiements et des systèmes d'information financière. Bien que des mesures importantes sont prises pour protéger ces systèmes, ils demeurent exposés aux dommages,

aux virus, aux brèches de sécurité et à d'autres incidents nuisibles. De tels problèmes pourraient avoir une incidence négative sur nos affaires et nos franchisés.

Régie interne

Nous n'appliquons pas certaines des pratiques exemplaires de gouvernance énoncées dans l'Instruction canadienne 58-201, *Lignes directrices en matière de gouvernance d'entreprise* (« IC 58-201 ») et dans la Norme canadienne 58-101, *Information concernant les pratiques en matière de gouvernance* (« NC 58-101 »). En conséquence, nos actionnaires ne bénéficieront pas de la même protection que les actionnaires de sociétés qui se conforment aux pratiques exemplaires de gouvernance d'entreprise établies par les Autorités canadiennes en valeurs mobilières.

Dividendes

La Société a établi une ligne de conduite en matière de dividendes au cours de l'exercice 2010 ; elle a payé ses premiers dividendes trimestriels en novembre 2010 (pour les particularités, veuillez vous reporter à la rubrique « Politique en matière de dividendes » ci-dessous) et par la suite, des dividendes trimestriels accrus en janvier 2012, en janvier 2013, en janvier 2014, en janvier 2015 et en janvier 2016. Les administrateurs de la Société détermineront, en se fondant sur la situation financière de la Société au moment opportun, s'il y a lieu de déclarer et de payer des dividendes à l'avenir et à quel moment. Rien ne garantit pour l'instant que d'autres dividendes soient déclarés et payés. À la connaissance de la Société, aucun engagement ne l'empêche de verser des dividendes.

Politique en matière de dividendes

Le conseil d'administration de MTY (le « Conseil ») a établi une ligne de conduite en matière de dividendes au cours de l'exercice 2010 et l'a actualisée en janvier 2016. Selon cette politique, la Société a l'intention de payer, s'il est déclaré et au moment déterminé par le Conseil, un dividende trimestriel s'élevant à 11,5 ¢ par action (comparativement à un dividende de 10,0 ¢ par action en 2015). Le Conseil prend sa décision compte tenu du niveau courant des flux de trésorerie cumulatifs, du fonds de roulement nécessaire aux opérations courantes de la Société et des assises financières requises en vue de nouvelles acquisitions. Le Conseil prévoit réviser cette politique lorsque jugé nécessaire afin d'en évaluer l'à-propos. Telle que conçue, la politique en matière de dividendes offre la souplesse nécessaire pour continuer à investir dans la croissance de la Société tout en apportant un rendement à ses actionnaires.

Le 21 janvier 2016, la Société a annoncé une augmentation de 15% de son dividende trimestriel qui est passé de 10,0 ¢ par action à 11,5 ¢ par action. Ce dividende de 11,5 ¢ a été payé le 12 février 2016 aux actionnaires inscrits aux registres de la Société à la fermeture des bureaux le 1^{er} février 2016.

Description de la structure du capital

La Société est autorisée à émettre un nombre illimité d'actions ordinaires sans valeur nominale. Chaque action ordinaire est à égalité de rang avec les autres actions ordinaires en ce qui concerne la dissolution, la liquidation des biens ou la liquidation de la Société et le paiement de dividendes. Les porteurs d'actions ordinaires ont droit à une voix pour chaque action sur toutes les questions mises aux voix par les actionnaires.

Les actions ordinaires ne sont pas rachetables. Elles ne comportent aucun droit de conversion et aucun droit de préemption ou autre droit préférentiel de souscription d'actions additionnelles. Les actions ordinaires en circulation sont entièrement payées et libérées. À la date de la présente notice annuelle, 19 120 567 actions ordinaires sont émises et en circulation.

Facilités de crédit

La Société dispose d'une marge de crédit autorisée de 30 000 000 \$ pour répondre aux besoins généraux de l'entreprise. Le taux d'intérêt associé à cette facilité est le taux préférentiel de la banque sur les prêts en dollars canadiens, majoré de 0% à 0,50% en fonction de certains ratios. L'une des filiales de la Société dispose d'une facilité de 10 000 000 \$ assortie des mêmes conditions ; cette facilité est garantie par la Société.

Les conditions de la marge de crédit stipulent que la Société doit maintenir un ratio dette consolidée-BAIIA de 2:1 et un ratio de couverture des intérêts de 4,50:1, conditions qu'elle respecte. La marge de crédit d'exploitation est remboursable sur demande et renouvelable annuellement ; elle est garantie par une hypothèque mobilière sur la plupart des éléments d'actif de la Société et de certaines de ses filiales.

Marché pour la négociation des titres – Cours et volumes des opérations

Cours et volumes des opérations

Les actions ordinaires de la Société sont négociées à la Bourse de Toronto (TSX) depuis le 13 mai 2010, sous le symbole « MTY ». Auparavant, elles étaient négociées à la Bourse de croissance (TSX-V) sous le même symbole.

Le tableau ci-dessous fait état des écarts de cours mensuels ainsi que du volume mensuel de négociation au cours du dernier exercice financier complet :

Date	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume
Décembre 2014	35,49	33,50	267 361
Janvier 2015	34,92	31,53	269 133
Février 2015	36,87	33,42	247 970
Mars 2015	36,99	33,01	291 716
Avril 2015	35,28	33,03	317 966

Date	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume
Mai 2015	33,85	32,10	324 697
Juin 2015	33,89	32,31	283 984
Juillet 2015	37,35	33,39	509 369
Août 2015	37,35	30,06	389 210
Septembre 2015	33,47	30,02	390 289
Octobre 2015	33,40	30,32	436 265
Novembre 2015	32,00	29,55	425 678

Administrateurs et membres de la haute direction

Nom et occupation

Le tableau suivant fait état du nom, de la province et du pays de résidence ainsi que du poste au sein de la Société de chacun des administrateurs et membres de la haute direction à la date de production de la présente notice annuelle :

Nom, province et pays de résidence	Poste au sein de la Société	Administrateur ou membre de la haute direction depuis :
Murat Armutlu ¹⁾ Québec, Canada	Administrateur	Le 6 mai 2005
Stanley Ma Québec, Canada	Président, chef de la direction et administrateur	Du 2 décembre 1993 au 30 juin 1996 et depuis le 30 mai 1997
David Keith Wong ¹⁾ Colombie-Britannique, Canada	Administrateur	Depuis le 9 février 2011
Claude St-Pierre Québec, Canada	Chef de l'exploitation ²⁾ , secrétaire et administrateur	Du 6 mai 1994 au 7 août 1995 et depuis le 9 octobre 1996
Dickie Orr ¹⁾ Colombie-Britannique, Canada	Administrateur	Depuis le 2 mai 2011
Éric Lefebvre Québec, Canada	Chef de la direction financière ³⁾	Depuis le 23 novembre 2009

¹⁾ Membre du comité d'audit.

²⁾ Le 4 juin 2012, M^{me} St-Pierre a été nommée chef de l'exploitation. Auparavant, elle était chef de la direction financière.

³⁾ Le 4 juin 2012, M. Lefebvre a été nommé chef de la direction financière. Auparavant, il était vice-président, Finances.

La Société dispose d'un comité d'audit dont les membres sont identifiés ci-dessus.

Indépendance des administrateurs

Stanley Ma et Claude St-Pierre ne sont pas indépendants étant donné les liens importants qui découlent de leurs postes respectifs au sein de la haute direction de la Société.

Les trois autres administrateurs, Dickie Orr, David K. Wong et Murat Armutlu, sont indépendants et composent la majorité du Conseil. Les administrateurs indépendants se réunissent hors de la présence de la direction immédiatement après une réunion de tous les membres du Conseil. Le conseil favorise des échanges libres et ouverts entre ses administrateurs indépendants et les encourage à discuter entre eux autant qu'ils le jugent nécessaire.

Le comité d'audit est présidé par Murat Armutlu qui assume, à ce poste, le leadership des administrateurs indépendants.

Nomination, orientation et formation continue

Le Conseil n'a pas de comité de nomination ; cette fonction est présentement assumée par le Conseil entier. Néanmoins, cette approche pourrait être révisée à la suite d'un changement au niveau du nombre d'administrateurs exigés par la Société.

Encore récemment, étant donné la taille restreinte du Conseil, on exigeait d'un nouveau membre qu'il se joigne au comité d'audit. Dès lors, les compétences financières constituaient l'atout clé recherché. Tout en gardant cet aspect à l'esprit, le processus de recrutement cherche à identifier des candidats susceptibles d'apporter des connaissances et une expertise diversifiées dans les domaines d'activités de la Société, par exemple, en matière de fusions et d'acquisitions.

Le président du Conseil procède à l'orientation des nouveaux membres au moyen d'exposés détaillés et par la communication de renseignements spécifiques sur la Société. Par la suite, le chef de la direction ou le chef de l'exploitation transmettent régulièrement aux administrateurs l'information reliée aux questions stratégiques qui touchent la Société.

Chaque administrateur de la Société est élu annuellement et occupe ses fonctions jusqu'à l'assemblée générale annuelle suivante des actionnaires, à moins qu'il cesse d'être administrateur avant.

Étant donné la taille restreinte du Conseil, aucune évaluation formelle de l'efficacité ou de la contribution individuelle des administrateurs ou du comité d'audit n'est effectuée. De façon informelle, il incombe au président d'informer le Conseil des aspects qui devraient être améliorés. Au besoin, le président prend le temps de rencontrer les administrateurs individuellement.

Titres détenus par les administrateurs et les membres de la haute direction

À la connaissance de la Société, à la date de la présente notice annuelle, le nombre total de titres dont les administrateurs et membres de la haute direction sont propriétaires véritables ou sur lesquels ils exercent une emprise directe ou indirecte s'élève à 5 632 926 actions ordinaires de la Société, soit 29,5% des actions ordinaires émises et en circulation.

Interdictions d'opérations, faillites, amendes ou sanctions

Interdictions d'opérations

À la connaissance de la Société, aucun des administrateurs ou membres de la haute direction n'est, à la date de la présente notice annuelle, ou n'a été, au cours des 10 années précédant

cette date, administrateur, chef de la direction ou chef de la direction financière d'une société qui :

- i) a fait l'objet d'une interdiction d'opérations ou d'une ordonnance similaire, ou a fait l'objet d'une ordonnance refusant à cette société le droit de se prévaloir d'une dispense prévue par la législation en valeurs mobilières pendant une période de plus de 30 jours consécutifs, l'ordonnance en question ayant été émise alors que cette personne agissait en qualité d'administrateur, de chef de la direction ou de chef de la direction financière ; ou
- ii) a fait l'objet d'une interdiction d'opérations ou d'une ordonnance similaire, ou a fait l'objet d'une ordonnance refusant à cette société le droit de se prévaloir d'une dispense prévue par la législation en valeurs mobilières pendant une période de plus de 30 jours consécutifs, l'ordonnance en question ayant été émise après que cette personne ait cessé d'agir en qualité d'administrateur, de chef de la direction ou de chef de la direction financière, mais en lien avec un événement survenu pendant qu'elle occupait ces fonctions.

Faillites

À la connaissance de la Société, aucun des administrateurs ou membres de la haute direction et aucun des actionnaires détenant suffisamment de titres de la Société pour influencer de façon importante sur le contrôle de celle-ci :

- i) n'est, à la date de la présente notice annuelle, ou n'a été, au cours des 10 années précédant cette date, administrateur ou dirigeant d'une société qui, pendant qu'il exerçait cette fonction ou dans l'année suivant la cessation de cette fonction, a fait faillite, a fait une proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou l'insolvabilité, a été poursuivie par ses créanciers ou a intenté des poursuites contre eux, a conclu un concordat ou un compromis avec eux ou pris des dispositions ou fait des démarches à cet effet, ou pour laquelle un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite a été nommé pour détenir ses biens; ou
- ii) n'a, au cours des 10 années précédant la date de la présente notice annuelle, fait faillite, fait une proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou l'insolvabilité, été poursuivi par ses créanciers, conclu un concordat ou un compromis avec eux, intenté des poursuites contre eux, pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat ou un compromis avec eux, ou vu un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite être nommé pour détenir ses biens.

Amendes ou sanctions

À la connaissance de la Société, aucun des administrateurs ou membres de la haute direction et aucun des actionnaires détenant suffisamment de titres de la Société pour influencer de façon importante sur le contrôle de celle-ci ne s'est vu imposer d'amendes ou de sanctions par un tribunal en vertu de la législation en valeurs mobilières ou par une autorité en valeurs mobilières; aucun n'a conclu un règlement amiable avec une autorité en valeurs mobilières; et aucun ne s'est vu imposer une amende ou une sanction par un tribunal ou un organisme de réglementation qui serait susceptible d'être considérée comme importante par un investisseur raisonnable ayant à prendre une décision en matière de placement.

Conflits d'intérêts

À la connaissance de la Société, il n'y a aucun conflit d'intérêt actuel ou potentiel important entre la Société ou une filiale de la Société et un administrateur ou membre de la haute direction de la Société ou d'une filiale de la Société.

Promoteur

Stanley Ma est considéré être un promoteur de la Société. M. Ma est propriétaire véritable ou exerce, directement ou indirectement, une emprise sur 4 885 643 actions ordinaires de la Société qui représentent environ 25,55% des actions ordinaires émises et en circulation de la Société. Pendant l'exercice clos le 30 novembre 2015, M. Ma a reçu un salaire s'élevant à 378 462 \$ et un avantage de 27 260 \$ lié à l'usage d'une automobile.

Poursuites et application de la loi

La Société est impliquée dans des poursuites rattachées à ses activités courantes dont l'issue ne peut être déterminée. La direction estime que ces poursuites n'auront pas une incidence significative sur les états financiers de la Société.

La Société n'a pas connaissance d'amendes ou de sanctions qui lui auraient été imposées ou auraient été imposées à ses filiales par un tribunal en vertu de la législation en valeurs mobilières ou par une autorité en valeurs mobilières au cours de l'exercice clos le 30 novembre 2015, ni d'autres amendes ou sanctions qui lui auraient été imposées ou auraient été imposées à ses filiales par un tribunal ou un organisme de réglementation et qui pourraient être considérées comme importantes par un investisseur raisonnable ayant à prendre une décision en matière de placement. Ni la Société, ni ses filiales n'ont conclu un accord à l'amiable avec un tribunal en vertu de la législation en valeurs mobilières ou avec un organisme de réglementation des valeurs mobilières au cours de l'exercice clos le 30 novembre 2015.

Agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres

L'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres d'actions ordinaires de la Société est :

Services aux investisseurs Computershare inc.
100 University Ave, 9th Floor
Toronto (Ontario) M5J 2Y1

Contrats importants

Mis à part les contrats conclus dans le cours normal des affaires, les contrats suivants sont les contrats importants de la Société qui ont été conclus au cours du dernier exercice complet ou au cours de l'exercice précédent, mais qui sont toujours en vigueur :

1. Accord-cadre de franchisage pour le Canada (auparavant nommé contrat de franchise au Canada) intervenu le 13 mars 1978 entre Kahala Franchise Corp. (antérieurement TacoTime International Inc.) et TacoTime Canada Inc. (antérieurement Taco Food (Canada) Inc.), tel que modifié de temps à autre et tel que cédé à Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. le 31 octobre 2008, contrat d'une durée illimitée sous certaines conditions.
2. Accord-cadre de franchisage intervenu le 30 mars 2006 entre Yogen Früz Canada Inc. et Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. et accord-cadre de droits de franchisage exclusifs au Canada intervenu le 31 janvier 2006 entre Yogen Früz Canada Inc., Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. et Groupe d'Alimentation MTY inc. pour un terme de 20 ans, du 1^{er} avril 2006 au 31 mars 2026, y compris une option de renouvellement de 10 ans à certaines conditions.
3. Accord-cadre de franchisage transnational de TCBY intervenu le 20 février 1992 entre TCBY Systems, LLC (antérieurement TCBY Systems, Inc.) et Les Aliments Tremlac Canada limitée/ Tremlac Food Canada Limited, tel que modifié et cédé successivement, d'abord par Daniel Tremblay et Paul Lachance, puis par Donald Foley, et tel que cédé à Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. le 28 septembre 2005 pour le territoire du Canada, accord expirant le 31 décembre 2025.
4. Entente de développement régional du concept Au Vieux Duluth Express dans les provinces du Québec et de l'Ontario intervenue le 2 mai 2002 entre Restaurants Au Vieux Duluth inc. et Les Entreprises MTY Tiki Ming inc. L'entente initiale était d'une durée de 10 ans, du 2 mai 2002 au 1^{er} mai 2012, et comportait une option de renouvellement de 10 ans, au gré de Les Entreprises MTY Tiki Ming inc., option assujettie à certaines conditions. Après l'échéance du terme initial, le 1^{er} mai 2012, les parties ont continué à faire affaires selon les conditions de l'entente bien que celle-ci n'ait pas été formellement reconduite.
5. Régime d'options d'achat d'actions daté du 30 mai 2000.
6. Contrat de facilité de crédit intervenu le 18 octobre 2012, puis modifié le 21 août 2013 et le 5 juin 2014, entre Groupe d'Alimentation MTY inc. et la Banque de Montréal, portant sur une marge de crédit autorisée s'élevant à 30 000 000 \$ garantie par une hypothèque mobilière sur la plupart des éléments d'actif de la Société, ainsi que sur une marge de crédit de 10 000 000 \$ garantie par une hypothèque mobilière sur l'actif de 8825726 Canada inc. et par la Société.

Intérêts des experts

Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l., est l'auditeur externe de la Société et a préparé le Rapport de l'auditeur indépendant daté du 15 février 2016 à l'égard des états financiers consolidés audités de la Société pour l'exercice clos le 30 novembre 2015. Au 15 février 2016, Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. était indépendant de la Société au sens du code d'éthique de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec.

Renseignements sur le comité d'audit

Charte du comité d'audit

1. Mandat du comité

Le mandat du comité d'audit consiste à appuyer le Conseil dans ses fonctions de surveillance de l'intégrité des états financiers et des autres rapports publics pertinents de la Société, de la conformité de la Société avec les exigences juridiques et réglementaires se rapportant à l'information financière, aux compétences et à l'indépendance de l'auditeur externe ainsi qu'au rendement de la fonction de vérification interne et de l'auditeur externe.

2. Membres du comité d'audit

- 2.1 Une majorité des membres doivent posséder des compétences financières au sens de la norme multilatérale 52-110, c'est-à-dire une expertise en comptabilité ou en gestion financière analogue lui permettant de lire et de comprendre un jeu d'états financiers, y compris les notes afférentes, qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées lors de la lecture des états financiers de la Société.
- 2.2 Le comité d'audit comprendra au moins trois administrateurs.
- 2.3 Une majorité des membres du comité d'audit doivent être « indépendants » au sens de la norme multilatérale 52-110 lorsque la Société est au stade initial de son entreprise.

3. Liens avec l'auditeur externe

- 3.1 L'auditeur externe est le représentant indépendant des actionnaires, mais il doit aussi rendre des comptes au conseil d'administration et au comité d'audit.
- 3.2 L'auditeur doit pouvoir réaliser ses démarches et missions d'audit en toute indépendance professionnelle, libre de toute intervention indue de la part de la direction ou des administrateurs.
- 3.3 Le comité d'audit doit enjoindre la direction de collaborer pleinement avec l'auditeur externe au cours de la prestation de son mandat professionnel et s'assurer de cette pleine collaboration.
- 3.4 Le comité d'audit pourra communiquer directement avec l'auditeur externe en toutes circonstances.

4. Services non liés à l'audit

- 4.1 Il est interdit à l'auditeur externe de rendre des services non liés à l'audit à la Société sans l'autorisation expresse préalable du comité d'audit. Pour autoriser l'auditeur externe à rendre de tels services à la Société, le comité d'audit doit en venir à la conclusion que les avantages tirés par la Société de la prestation de services non liés à l'audit outrepassent

le risque que l'auditeur externe compromette ou perde son indépendance lors de la prestation de son mandat d'audit.

4.2 Malgré les stipulations du paragraphe 4.1, il est interdit à l'auditeur externe de rendre les services qui suivent alors qu'il a été nommé pour agir en qualité d'auditeur externe de la Société :

- i) Agir en qualité d'agent de la Société pour la vente de la totalité ou de la quasi-totalité des entreprises de la Société ; et
- ii) Exécuter des services consultatifs non liés à l'audit pour un administrateur ou un membre de la haute direction de la Société à titre personnel, mais non en qualité d'administrateur, de membre de la haute direction ou d'initié d'une autre entité non liée ou apparentée à la Société.

5. Nomination de l'auditeur

5.1 L'auditeur externe sera nommé chaque année par les actionnaires de la Société lors de leur assemblée générale annuelle.

5.2 Le comité d'audit doit recommander l'auditeur à nommer, cette nomination devant être entérinée par le conseil d'administration.

6. Évaluation de l'auditeur

Le comité d'audit évaluera le rendement de l'auditeur externe au moins annuellement et avisera par écrit le conseil et l'auditeur externe de toute préoccupation à l'égard du rendement de l'auditeur externe, des méthodes comptables ou d'audit, procédures, normes ou principes appliqués par l'auditeur externe ou de tout autre question comptable ou reliée à l'audit portée à l'attention du comité d'audit.

7. Rémunération de l'auditeur

7.1 La rémunération de l'auditeur externe sera établie par le conseil d'administration sur autorisation annuelle des actionnaires donnée lors de chacune de leur assemblée générale annuelle.

7.2 La rémunération de l'auditeur externe sera établie en fonction du temps requis pour compléter l'audit et préparer les états financiers audités et de la complexité de l'audit et de l'application de la procédure standard d'audit selon les normes d'audit généralement reconnues et les principes comptables généralement reconnus du Canada.

8. Cessation des services de l'auditeur

Le comité d'audit, agissant raisonnablement, a le pouvoir de mettre fin aux services de l'auditeur externe avec ou sans l'approbation du conseil d'administration.

9. Financement des services d'audit et de consultation

Les charges d'audit seront financées par la Société. L'auditeur ne doit rendre aucun service à la Société qui soit susceptible de compromettre son rôle d'auditeur indépendant de la Société ou d'y nuire.

10. Rôle et responsabilités de l'auditeur interne

Pour le moment, étant donné la dimension de la Société et ses ressources financières limitées, il incombe au secrétaire de la Société de mettre en place les contrôles internes et de remplir le rôle de l'auditeur interne pour assurer que ces contrôles sont adéquats.

11. Surveillance des contrôles internes

Le comité d'audit sera chargé de l'encadrement visant à assurer que les contrôles internes sont mis en place et surveillés et que ces contrôles internes sont efficaces.

12. Obligations d'information continue

Pour le moment, étant donné la dimension de la Société et ses ressources financières limitées, il incombe au secrétaire de la Société d'assurer que la Société remplit ses obligations d'information continue et ce, conformément aux exigences réglementaires applicables.

13. Autres questions d'audit

- 13.1 Le comité d'audit, agissant raisonnablement, peut rencontrer l'auditeur hors de la présence de la direction de la Société en tout temps.
- 13.2 L'auditeur est autorisé à répondre à toutes les demandes du comité d'audit et enjoint de ce faire de façon détaillée et ponctuelle, sans faire rapport de ces demandes ou démarches au conseil d'administration ou à la direction de la Société.

14. Examen annuel

La charte du comité d'audit sera révisée annuellement par le conseil d'administration et le comité d'audit pour apprécier son adéquation.

15. Conseillers indépendants

Le comité d'audit a le pouvoir de retenir les services de conseillers juridiques, comptables ou autres pour l'assister.

Composition du comité d'audit

Les administrateurs suivants sont les membres du comité d'audit :

Murat Armutlu	Indépendant ¹⁾	Compétent en matière financière ²⁾
David K. Wong	Indépendant ¹⁾	Compétent en matière financière ²⁾
Dickie Orr	Indépendant ¹⁾	Compétent en matière financière ²⁾

¹⁾ Un membre d'un comité d'audit est indépendant s'il n'a pas de lien direct ou indirect important avec la Société dont le conseil d'administration pourrait raisonnablement s'attendre à ce qu'il nuise à l'exercice d'un jugement indépendant par ce membre.

²⁾ Une personne possède des compétences financières si elle est capable de lire et de comprendre un jeu d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées par les états financiers de la Société.

Formation et expérience pertinentes

La formation et l'expérience pertinentes de chaque membre du comité d'audit sont les suivantes :

David K. Wong : M. Wong a 20 ans d'expérience dans le domaine des placements publics et privés de titres de capitaux propres, tant sur les marchés nationaux qu'internationaux. Il est présentement directeur général de DK Wong & Associates Inc., un cabinet-conseil spécialisé qui assiste les entrepreneurs dans la réalisation d'une restructuration ou dans la recherche de capitaux d'investissement ou de sociétés intéressées par une acquisition ou une fusion. Auparavant, M. Wong a agi en qualité de directeur de la recherche en technologie auprès d'Avenir Capital Corp., d'analyste en technologie auprès de Canaccord Capital Corp. et d'analyste auprès de C.M. Oliver & Co. Ltd. M. Wong détient un baccalauréat ès Arts (majeure en économie) de la Simon Fraser University et est membre du CFA Institute, de CFA Vancouver et du ACG Vancouver Chapter.

Dickie Orr : M. Orr a 27 ans d'expérience en tant que conseiller en placements. Il intervient dans des placements publics et privés de capitaux propres et ce, tant sur les marchés nationaux qu'internationaux.

Murat Armutlu, CPA, CA : M. Armutlu est comptable professionnel agréé et a agi en qualité de chef des finances de la Société de décembre 2000 à avril 2003. M. Armutlu détient un baccalauréat en commerce (comptabilité). Il a obtenu le titre de comptable agréé en 1986, puis le titre de Certified Public Accountant (CPA) en 1997. Depuis 1990, il agit en tant qu'auditeur, comptable et conseiller d'affaires auprès de ses clients.

Encadrement du comité d'audit

Au cours du plus récent exercice complet de la Société, toutes les recommandations du comité d'audit portant sur la nomination ou la rémunération d'un auditeur externe ont été entérinées par le conseil d'administration.

Utilisation de certaines dispenses

La Société ne s'est prévalu en aucun temps au cours de son plus récent exercice complet de la dispense visée par le paragraphe 2.4 de la Norme canadienne 52-110 (Services non liés à

l'audit de valeur minime), non plus qu'elle ne s'est prévalu d'une dispense de l'application de tout ou partie de la Norme canadienne 52-110 accordée en vertu de la Partie 8 de cette norme.

Politiques et procédures d'approbation préalable

Le comité d'audit est autorisé par le conseil d'administration à évaluer le rendement de l'auditeur externe de la Société, à approuver au préalable la prestation de services non liés à l'audit et à apprécier l'indépendance de l'auditeur externe, y compris à examiner la gamme des services rendus dans le contexte de tous les services de consultation souscrits par la Société. Le comité d'audit est autorisé à approuver par écrit la prestation de services non liés à l'audit ou de services additionnels que le président du comité d'audit juge nécessaires ; le président avisera les autres membres du comité d'audit de la prestation de tels services et il leur soumettra les raisons qui les motivent pour considération et, le cas échéant, approbation écrite.

Honoraires de l'auditeur externe

Les honoraires facturés à la Société par l'auditeur externe pour des services d'audit et des services non liés à l'audit rendus à la Société ou à ses filiales (s'il en est) au cours de chacun des deux derniers exercices sont les suivants :

Exercice clos le 30 novembre	Honoraires d'audit	Honoraires pour services liés à l'audit	Honoraires pour services fiscaux	Autres honoraires
2015	503 500 \$	43 170 \$	128 926 \$	-
2014	408 500 \$	5 000 \$	25 400 \$	-

Information complémentaire

Des renseignements complémentaires sur la Société peuvent être trouvés sur SEDAR à l'adresse www.sedar.com. Des renseignements additionnels, y compris sur la rémunération ou l'endettement des administrateurs et membres de la haute direction, sur les principaux porteurs des titres de la Société et sur les titres que la Société est autorisée à émettre en vertu de régimes de rémunération en actions, le cas échéant, figurent dans la circulaire d'information de la Société déposée à l'occasion de la plus récente assemblée générale annuelle des porteurs de titres qui comportait l'élection des administrateurs. Une information financière additionnelle figure dans les états financiers et rapports de gestion de la Société pour ses plus récents exercices complets.