



GROUPE D'ALIMENTATION MTY INC.

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

**Notice annuelle
pour l'exercice clos le 30 novembre 2016**

Le 23 février 2017

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	7
Historique des trois derniers exercices	7
DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE DE LA SOCIÉTÉ.....	8
Aperçu	8
L'industrie de la restauration	10
Évolution de l'entreprise	11
Chiffre d'affaires du réseau	16
Chiffre d'affaires des établissements comparables.....	17
Approvisionnement et distribution	17
Exploitation des franchises.....	18
Provenance des rentrées de la Société	18
Gestion.....	20
Ressources humaines.....	20
Propriété intellectuelle	20
Marketing	21
Marché cible	22
Concurrence.....	22
Compétitivité	22
Stratégie.....	22
Réglementation gouvernementale	23
Critères de placement	25
FACTEURS DE RISQUE.....	25
Compétitivité au sein de l'industrie de la restauration	25
Environnement économique.....	26
Durabilité et croissance des affaires de la Société.....	26
Taux de change	27
Taux d'intérêt	27
Toxi-infections alimentaires.....	27
Propriété intellectuelle	27
Réglementation gouvernementale	28
Droit du travail et de l'emploi	28
Litiges, recours collectifs et autres différends éventuels	28
Changements aux taxes de vente.....	29
Dépendance de la Société à l'égard du personnel clé.....	29
Dépendance de la Société à l'égard des franchiseurs des concepts TCBY ^{MD} , Rocky Mountain Chocolate Factory ^{MD} et Au Vieux Duluth ^{MD}	29
Baux et renouvellement de baux.....	29
Variation des prix et des approvisionnements.....	30
Saisonnalité des affaires	30

Maintien d'un niveau de rentrées adéquat	30
Coûts des produits de base, pénurie et coûts de la main-d'œuvre et autres risques	30
Capacité de repérer et de s'assurer des emplacements acceptables.....	31
Pertes non assurées et sous-assurées	31
Emplacements internationaux.....	31
Technologies de l'information.....	31
Régie interne.....	31
Dividendes	32
POLITIQUE EN MATIÈRE DE DIVIDENDES	32
DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL.....	32
FACILITÉS DE CRÉDIT	33
MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES – COURS ET VOLUMES DES OPÉRATIONS.....	33
Cours et volumes des opérations.....	33
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA HAUTE DIRECTION	34
Nom et occupation	34
Indépendance des administrateurs	34
Nomination, orientation et formation continue.....	35
Titres détenus par les administrateurs et les membres de la haute direction	35
Interdictions d'opérations, faillites, amendes ou sanctions	35
Conflits d'intérêts.....	36
PROMOTEUR.....	37
POURSUITES ET APPLICATION DE LA LOI.....	37
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	37
CONTRATS IMPORTANTS	37
INTÉRÊTS DES EXPERTS	38
RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ D'AUDIT	38
Charte du comité d'audit	38
Composition du comité d'audit	41
Formation et expérience pertinentes.....	41
Encadrement du comité d'audit.....	42
Utilisation de certaines dispenses	42
Politiques et procédures d'approbation préalable	42
Honoraires de l'auditeur externe	42
INFORMATION COMPLÉMENTAIRE	42

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 2016.

Monnaie

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

Information intégrée par renvoi

Certains renseignements et documents mentionnés aux présentes, notamment 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 IFRS

À moins d'indication contraire, les renseignements financiers présentés ci-après, y compris les valeurs tabulaires, sont établis selon les normes internationales d'information financière (« IFRS »).

MTY utilise comme indicateur le résultat avant impôts, intérêts et amortissements (« BAIIA ») parce que cet indicateur 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, à savoir le volume comparatif des ventes réalisées par des établissements ouverts depuis au moins 13 mois ou acquis il y a plus de 13 mois. De même, la Société utilise le chiffre d'affaires du réseau tant pour évaluer la taille et la performance du réseau MTY que comme indicateur de sa rentabilité potentielle.

Ces indicateurs financiers sont largement reconnus, mais n'ont pas une définition standard au sens des IFRS. En conséquence, il est possible qu'ils ne puissent être comparés au BAIIA, au chiffre d'affaires des établissements comparables et au chiffre d'affaires du réseau présentés par d'autres sociétés. Ces indicateurs non conformes aux IFRS 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 IFRS.

La Société utilise ces indicateurs pour évaluer la performance de son entreprise puisqu'ils reflètent son exploitation continue. La direction estime 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 l'industrie. De la même façon, la croissance du chiffre d'affaires des établissements comparables et le chiffre d'affaires du réseau fournissent de l'information supplémentaire aux investisseurs sur la performance du réseau qui n'a aucun équivalent sous les IFRS. 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 23 février 2017 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.

En raison de 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 comme raisonnables au 23 février 2017. 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 qui sont exprimés ou suggérés par les énoncés prospectifs susmentionnés et par d'autres énoncés prospectifs figurant dans la présente notice annuelle. Ces facteurs de risque 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; la fluctuation des taux de change et la variation des taux d'intérêt; 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 actuellement 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 particuliers, ou de quelque disposition, monétisation, fusion, acquisition, autre regroupement d'entreprises ou autre opération qui peuvent être annoncés ou peuvent survenir après le 23 février 2017. L'impact financier de telles opérations et d'éléments non récurrents ou extraordinaires 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

Le tableau qui suit identifie les principales filiales en activité de la Société, leur lieu de constitution et le pourcentage des droits de vote rattachés aux titres avec droit de vote détenus par la Société.

Nom de la filiale	Lieu de constitution	Pourcentage des droits de vote détenus	
		Directement	Par l'intermédiaire de filiales
Les Entreprises MTY Tiki Ming inc.	Canada	100%	-
Kahala Brands Inc.	Delaware	-	100%
BF Acquisition Holdings, LLC	Delaware	-	100%

Développement général de l'entreprise

Historique des trois derniers exercices

Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2016

Le 25 juillet 2016, la Société a réalisé l'acquisition de Kahala Brands. Avec plus de 2 800 établissements en activité, Kahala est de loin la plus importante acquisition de l'histoire de MTY. Composée d'espèces, d'actions et de passifs pris en charge, la contrepartie totale versée s'élevait à environ 394 millions de dollars.

Simultanément, la Société a remplacé sa ligne de crédit existante par de nouvelles facilités comprenant un prêt à terme de 175 millions de dollars et une ligne de crédit renouvelable de 150 millions de dollars. Les deux facilités permettent de tirages en dollars canadiens et en dollars américains et portent intérêt à des taux variables.

Le 30 septembre 2016, la Société a acquis la participation de 40% que détenait un actionnaire minoritaire dans Big Smoke Burger pour une contrepartie de 1,25 million de dollars. L'enseigne est désormais la propriété exclusive de la Société.

Le 5 octobre 2016, la Société a réalisé l'acquisition de BF Acquisition Holdings, LLC pour une contrepartie totale d'environ 35 millions de dollars. À la clôture, Baja Fresh Mexican Grill et La Salsa Fresh Mexican Grill exploitaient 183 établissements.

Au cours de l'exercice, la Société a ouvert 182 nouveaux établissements et en a fermé 301. Avec les acquisitions effectuées, le réseau de la Société s'est accru de 2 943 établissements et en compte désormais 5 681. Le chiffre d'affaires du réseau a atteint un sommet historique de 1,48 milliard de dollars.

Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2015

L'exercice 2015 de MTY s'est ouvert sur la signature de l'acquisition de Manchu Wok, Wasabi Grill & Noodle et SenseAsian, qui a été clôturée le 18 décembre 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 de dollars. L'opération a ajouté 17 établissements au réseau de la Société tout en la dotant d'un solide concept au potentiel prometteur.

Au cours de l'exercice, la Société a ouvert 120 nouveaux établissements et en a fermé 258. Étant donné les acquisitions effectuées, son réseau comptait 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 de dollars.

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 de l'enseigne Extreme Pita, qui a éprouvé des difficultés ces dernières années. La dépréciation totale s'élevait à 8,1 millions de dollars.

Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2014

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

D'abord, la Société a acquis 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 de dollars. Cette acquisition a été financée au moyen d'une injection de capitaux de 3,0 millions de dollars de la part des actionnaires, d'une nouvelle ligne de crédit et d'un crédit vendeur se chiffrant à 1,3 million de dollars. 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 de dollars. 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 de dollars. 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 de dollars à l'exercice 2014.

Le résultat attribuable aux propriétaires a légèrement diminué, principalement en raison d'une charge de dépréciation affectant la marque Country Style.

Description de l'entreprise de la Société

Aperçu

La Société compte parmi les principaux franchiseurs nord-américains 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 :



La Société évolue dans deux principaux secteurs géographiques: le Canada et les États-Unis/International.

Dans les deux cas, son entreprise consiste essentiellement en des activités de franchisage dans l'industrie de la restauration rapide. Dès lors, les principaux flux de rentrées des deux secteurs sont les redevances, les droits de franchise, les loyers, les droits de cession ainsi que d'autres produits de franchisage.

La Société exploite aussi quelques restaurants dont elle est propriétaire. Au 30 novembre 2016, la Société comptait 31 établissements propriétaires au Canada et 51 aux États-Unis.

L'industrie de la restauration

L'industrie de la restauration et des services alimentaires est un secteur dynamique, innovateur et important de l'économie nord-américaine. On s'attendait à ce que les ménages canadiens dépensent 38,3% de leur budget alimentaire au restaurant en 2016, une légère augmentation par rapport à 2015. Le ménage américain moyen dépense 47,0% de son budget alimentaire au restaurant, une donnée qui est stable depuis quatre ans¹.

Les prévisions portent le chiffre d'affaires total des services alimentaires commerciaux au Canada à plus de 62 milliards de dollars en 2016. Les restaurants à service rapide, qui capturent 45% du marché, en constituent le segment le plus important. C'est aussi le segment qui a crû le plus rapidement au cours de la période allant de 2006 à 2015, avec une moyenne annuelle se chiffrant à 5,1%². On s'attendait à ce que l'addition annuelle moyenne par personne atteigne 1 775 \$ en 2016³. L'un des plus importants employeurs du pays, l'industrie des services alimentaires fournit un emploi à plus de 1,2 million de Canadiens⁴.

On compte 94 292 unités de restauration commerciale au Canada⁵, soit 25 unités par 10 000 habitants. Cinquante-six pour cent (56%) des restaurants du Canada sont indépendants ; les restaurants de chaînes comptent pour les 44% restants, mais s'attirent 79% de l'achalandage et 68% des sommes dépensées au restaurant⁶.

Aux États-Unis, le chiffre d'affaires total de l'industrie de la restauration (aliments et boissons) dépasse les 782 milliards de dollars américains en 2016. L'Américain moyen achète 194 repas au restaurant chaque année. L'industrie de la restauration fournit un emploi à plus de 14 millions de personnes, ce qui représente 10% de la main-d'œuvre aux États-Unis. On compte plus de 236 000 établissements de restauration rapide aux États-Unis, dont 190 000 établissements franchisés⁷.

En 2013, la marge bénéficiaire 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 en Alberta que les marges bénéficiaires avant impôt sont les plus élevées. Le coût des marchandises vendues (34,0% du chiffre d'affaires), les salaires et avantages sociaux (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 importantes⁸.

La part de marché actuelle de la Société en Amérique du Nord demeure inférieure à 1%.

Selon Kostuch Media Ltd., le portefeuille d'enseignes de MTY comprend 14 des 100 plus importantes enseignes canadiennes de restaurants et 11 de plus parmi les 30 suivantes⁹.

¹ Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2016, Market Review and Forecast.

² Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2016, Market Review and Forecast.

³ Source: Restaurants Canada, Foodservice Industry Forecast, Reference period: 2016-2020.

⁴ Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2016, Market Review and Forecast.

⁵ Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2016, Market Review and Forecast.

⁶ Source: Restaurants Canada, Foodservice Facts 2016, Market Review and Forecast.

⁷ Source: www.statista.com/topics/1135/us-restaurants/, Facts on the U.S. restaurant industry.

⁸ Source: Restaurants Canada, 2015 Operations Report.

⁹ Source: Foodservice and Hospitality, *The Annual Top 100 Report*, June 2015.

Aux États-Unis, seule Cold Stone Creamery se classe parmi les 100 plus importantes chaînes de restaurants sur le plan du chiffre d'affaires du réseau, tandis que Baja Fresh Mexican Grill se classe parmi les 250 plus importantes¹⁰.

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 :

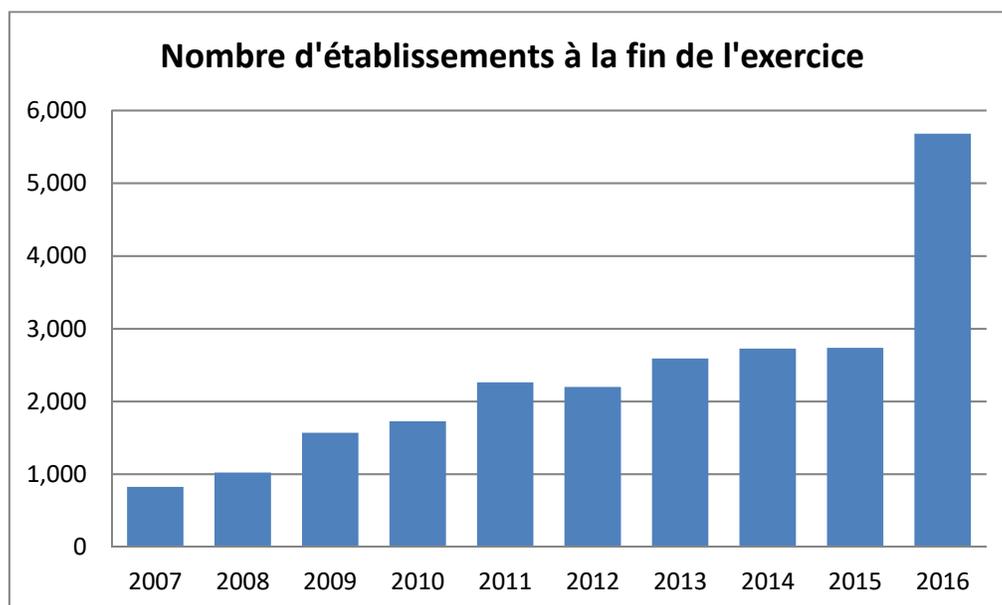
Concepts acquis	Année d'acquisition	Établissements acquis franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation	Établissements acquis dont la Société est propriétaire	Nombre total d'établissements acquis
Fontaine Santé/Veggirama ^{MD}	1999	18	0	18
La Crémière ^{MD}	2001	71	3	74
Croissant Plus ^{MD}	2002	18	2	20
Cultures ^{MD}	2003	24	0	24
Thaï Express ^{MD}	2004	6	0	6
Mrs. Vanellis ^{MD}	2004	103	0	103

¹⁰ Source: Restaurants Business, *The Top 500 Issue*, June 2016.

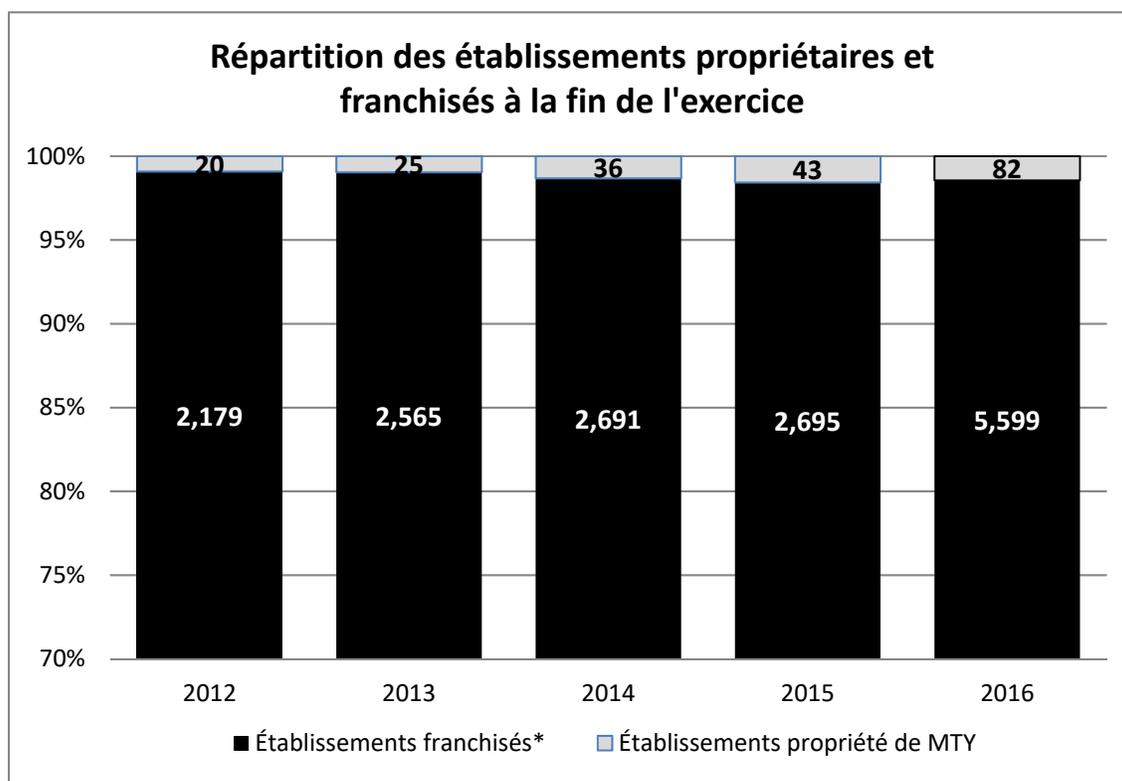
Concepts acquis	Année d'acquisition	Établissements acquis franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation	Établissements acquis dont la Société est propriétaire	Nombre total d'établissements acquis
Droits de franchisage de TCBY ^{MD} The Country's Best Yogurt au Canada	2005	91	0	91
Droits 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
Extreme Pita ^{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

Concepts acquis	Année d'acquisition	Établissements acquis franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation	Établissements acquis dont la Société est propriétaire	Nombre total d'établissements acquis
Kahala Brands, Ltd. - Cold Stone Creamery, Blimpie, Taco Time, Surf City Squeeze, The Great Steak & Potato Company, NrGize, Lifestyle Café, Samurai Sam's Teriyaki Grill, Frullati Café & Bakery, Rollerz, Johnnie`s New York Pizzeria, Ranch One, America's Taco Shop, Cereality, Tasti D-Lite, Planet Smoothie, Maui Wowi and Pinkberry	2016	2 839	40	2 879
Baja Fresh Mexican Grill et La Salsa Fresh Mexican Grill	2016	167	16	183

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 2016, 5 681 établissements étaient exploités. L'histogramme ci-après illustre l'évolution du nombre d'établissements au cours des 10 derniers exercices :



Des 5 681 établissements en activité, 5 599 étaient franchisés ou faisaient l'objet d'une entente d'exploitation tandis que les 82 autres étaient exploités par MTY. L'histogramme 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-service, 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 du réseau	
	30 novembre 2016	30 novembre 2015	30 novembre 2016	30 novembre 2015
Centre commercial et foire alimentaire	24%	41%	36%	44%
Façade sur rue	47%	40%	50%	44%
Emplacements non traditionnels	29%	19%	14%	12%

La répartition géographique des établissements de MTY et du chiffre d'affaires réseau est la suivante :

Situation géographique	Nombre d'établissements		Chiffre d'affaires à l'échelle du réseau	
	30 novembre 2016	30 novembre 2015	30 novembre 2016	30 novembre 2015
Ontario	18%	39%	22%	29%
Québec et Maritimes	15%	33%	27%	37%
Ouest du Canada	10%	20%	17%	24%
États-Unis	48%	3%	27%	5%
Internationale	9%	5%	7%	5%

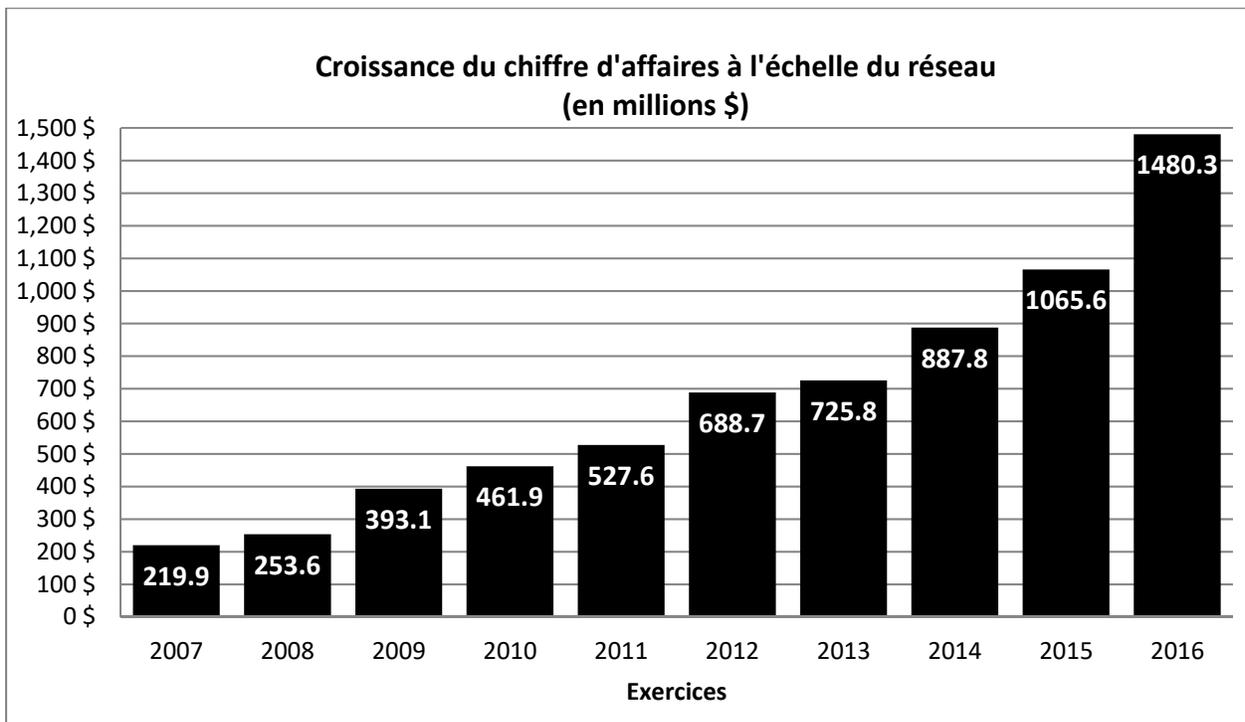
Le tableau ci-dessous fait état du nombre d'établissements par concept au 30 novembre 2016 :

Canada		États-Unis et International	
Au Vieux Duluth Express ^{MD}	8	America's Taco Shop ^{MD}	9
Big Smoke Burger ^{MD}	12	Baja Fresh Mexican Grill ^{MD}	161
Buns Master ^{MD}	7	Big Smoke Burger ^{MD}	9
Café Dépôt ^{MD}	56	Blimpie ^{MD}	315
Cold Stone Creamery ^{MD}	11	Cereality ^{MD}	2
Country Style ^{MD}	394	Cold Stone Creamery ^{MD}	1 374
La Crémère ^{MD}	48	Country Style ^{MD}	2
Croissant Plus ^{MD}	1	Extreme Pita ^{MD}	17
Cultures ^{MD}	52	Franx Supreme ^{MD}	1
Extreme Pita ^{MD}	135	Frullati Café & Bakery ^{MD}	14
Fabrika ^{MD}	2	Great Steak ^{MD}	68
Franx Supreme ^{MD}	3	Johnnie's New York Pizzeria	10
Jugo Juice ^{MD}	131	Jugo Juice ^{MD}	1
Kim Chi Koren Delight ^{MD}	10	Kahala Coffee Traders ^{MC}	5
Koya Japan ^{MD}	20	La Crémère ^{MD}	3
Koryo Korean Barbeque ^{MD}	13	La Salsa Fresh Mexican Grill ^{MD}	24
Madisons ^{MD}	12	Manchu Wok ^{MD}	38
Manchu Wok ^{MD}	76	Mauï Wowï Hawaiian Coffees & Smoothies ^{MD}	363
Mr Souvlaki ^{MD}	13	MR. SUB ^{MD}	11
MR.SUB ^{MD}	276	Vanelli's ^{MD}	64
Mucho Burrito ^{MD}	102	Mucho Burrito ^{MD}	4
Muffin Plus ^{MD}	24	NrGize Lifestyle Café ^{MC}	86
O'burger ^{MD}	5	O'Burger ^{MD}	6
Panini ^{MD}	1	Pinkberry ^{MD}	122
Sukiyaki ^{MD}	15	Planet Smoothie ^{MD}	103
Sushi-Man ^{MD}	9	Ranch One ^{MD}	6
SushiGo ^{MD}	3	Rocky Mountain Chocolate Factory ^{MD}	84
Sushi Shop ^{MD}	137	Rollerz ^{MC}	2
Taco Time ^{MD}	125	Samurai Sam's ^{MD}	25
Tandori ^{MC}	12	Sukiyaki ^{MD}	9
TCBY ^{MD}	30	Surf City Squeeze ^{MD}	91
Thaï Express ^{MD} / Pad Thaï	277	Sushi Shop ^{MD}	3
Thaïzone ^{MD}	37	Taco Time ^{MD}	142
Tiki Ming ^{MD}	35	Tandori ^{MD}	4

Canada		États-Unis et International	
Tosto Quickfire Pizza Pasta ^{MD}	3	Tasti D-Lite ^{MC}	20
Tutti Frutti ^{MD}	37	Thai Express ^{MD} / Pad Thai ^{MD}	17
Valentine ^{MD}	100	Tiki Ming ^{MD}	13
Vanelli's ^{MD}	23		
Van Houtte ^{MD}	47		
Vie & Nam ^{MD}	4		
Villa Madina ^{MD}	46		
Wasabi Grill & Noodle ^{MD}	2		
Yogen Fruz ^{MD}	99		
Total	2 453		3 228

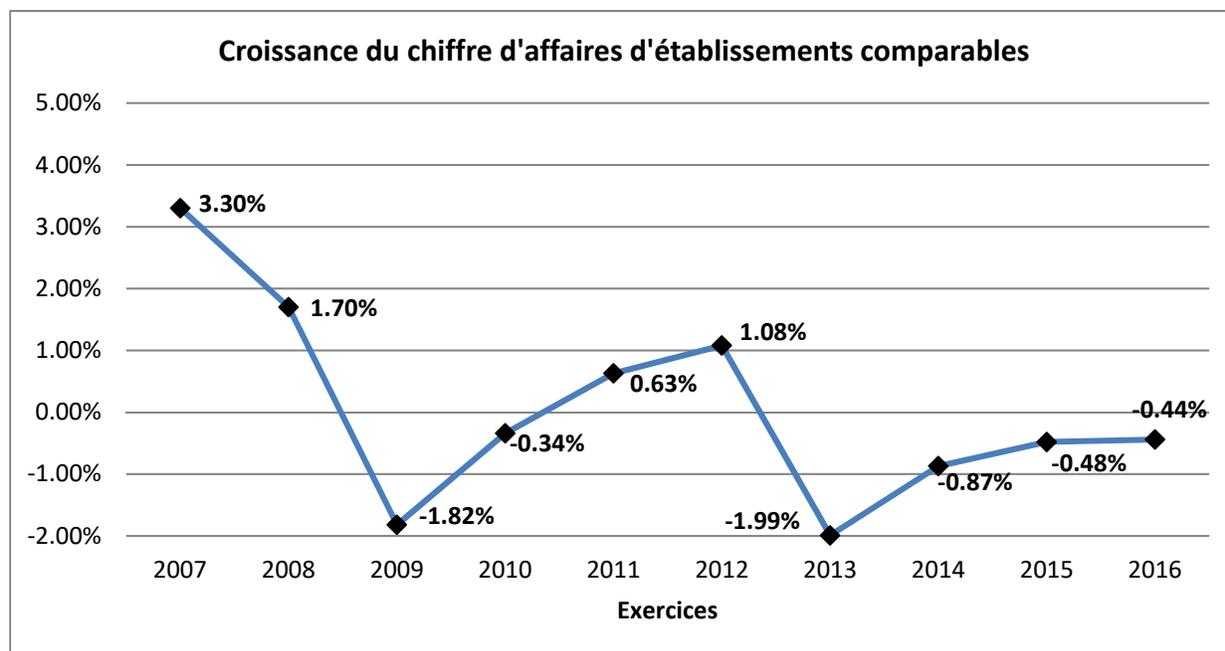
Chiffre d'affaires du réseau

L'histogramme qui suit illustre la croissance du chiffre d'affaires 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 du chiffre d'affaires du réseau

La Société perçoit la saisonnalité comme un facteur important de la variation trimestrielle de son chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires du réseau varie de façon saisonnière ; durant janvier et février, il est historiquement inférieur à la moyenne à cause du climat ; de mai à août, il est historiquement supérieur 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 aux établissements de la Société.

Les fluctuations de prix sont absorbées par les établissements propriétaires 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) et manufacture certains produits dans son usine de transformation des aliments située à Lévis (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.

Trente-trois groupes de franchisés détenant dix emplacements ou plus contrôlent environ 895 emplacements. Quatre groupes contrôlent plus de 50 établissements.

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 2016 et 2015, ces rentrées constituaient respectivement 77% et 74% des produits consolidés de la Société :

- **Redevances.** La Société perçoit de chaque franchisé des redevances courantes dont le taux varie habituellement de 4,5% à 7% du chiffre d'affaires brut, selon le concept. Règle générale, ces redevances sont payables de façon hebdomadaire ou 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.
- En se basant sur des données d'utilisation historiques, la Société estime la portion des cartes-cadeaux pour lesquelles la probabilité d'utilisation dans le futur est basse et enregistre un montant de droits d'abandonnement dans ses états financiers. La Société touche aussi certains frais de programmes quand certaines catégories de cartes-cadeaux sont utilisées.
- 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.

- Produits de 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.

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 2016 et 2015, les produits de la transformation d'aliments ont constitué 6% et 6% des rentrées totales de la Société en 2016 et 2015 respectivement.

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 17% et 21% des rentrées totales aux exercices 2016 et 2015.

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 2016, la Société et ses filiales employaient environ 1 550 personnes au Canada et aux États-Unis, dont environ 1 000 personnes dans les établissements dont elle est propriétaire et dans son usine de transformation des aliments. Des autres employés, environ 300 travaillent au Canada et 250, aux États-Unis.

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 en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* du Canada, du *Trademark Act of 1946* des États-Unis ou auprès d'agences internationales de marques de commerce, des marques de commerce dont la demande d'enregistrement est pendante, des marques de commerce non déposées et d'autres marques rattachées aux concepts Au Vieux Duluth Express^{MD}, TCBY^{MD}, Rocky Mountain Chocolate Factory^{MD} et yogen früz^{MD 11} qui font l'objet de licences consenties à la Société. Les droits de la Société d'utiliser ces marques de commerce sous licence et la

¹¹ Le 1^{er} février 2017, la Société a conclu une entente avec Yogen Früz Canada Inc. à l'effet de lui revendre les droits de franchise maîtresse canadienne.

propriété intellectuelle afférente, de même que ses droits d'exploiter et de franchiser les concepts Au Vieux Duluth Express^{MD}, TCBY^{MD}, Rocky Mountain Chocolate Factory^{MD} et yogen früz^{MD} sont régis par les conventions de franchise maîtresse ou les 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.

Convention de franchise maîtresse de Yogen Früz

Convention de franchise maîtresse intervenue le 30 mars 2006 entre Yogen Früz Canada Inc. et Tiki Ming et convention de franchise maîtresse canadienne intervenue le 31 janvier 2006 entre Yogen Früz Canada Inc., Tiki Ming et Groupe d'Alimentation MTY inc. pour l'exclusivité du territoire canadien pendant 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. Cette entente a été terminée volontairement le 1^{er} février 2017.

Convention de franchise maîtresse transnationale de TCBY

Convention de franchise maîtresse transnationale de TCBY intervenue le 20 février 1992 entre TCBY Systems, LLC (antérieurement TCBY Systems, Inc.) et Les Aliments Tremlac Canada limitée/Tremlac Food Canada Limited, avec ses modifications et cessions successives (d'abord par Daniel Tremblay et Paul Lachance, puis par Donald Foley) et telle que cédée à Tiki Ming le 28 septembre 2005 pour le territoire du Canada, convention expirant le 31 décembre 2025.

Convention de franchise maîtresse de Rocky Mountain Chocolate Factory

Convention de franchise maîtresse intervenue le 17 août 2009 entre Kahala Franchising Corp. et Rocky Mountain Chocolate Factory, Inc., conférant à la Société un droit irrévocable non exclusif d'offrir les produits Rocky Mountain Chocolate Factory dans les établissements Cold Stone Creamery aux États-Unis ou d'ouvrir des établissements à double enseigne (Cold Stone Creamery/Rocky Mountain Chocolate Factory). Cette entente est valide tant que le réseau de la Société comprend des établissements Rocky Mountain Chocolate Factory en activité et tant que les dispositions de l'entente sont respectées.

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 à un fonds promotionnel. Ces sommes sont perçues par la Société en sa qualité d'agent et utilisées à des fins promotionnelles et publicitaires puisqu'elles sont réservées à la mise en avant des concepts visés. Les franchisés financent, outre le fonds promotionnel, des activités de commercialisation supplémentaires au plan de la publicité et des promotions locales.

Marché cible

Le réseau de la Société compte actuellement 2 699 établissements aux États-Unis et 2 453 au Canada. La Société a l'intention d'étendre son réseau de franchises en tirant profit de l'assise dont elle dispose désormais dans les deux territoires.

La Société planifie également de développer plus avant ses concepts au plan international, ceci au moyen d'accords-cadres de franchisage. Actuellement, 529 établissements sont exploités dans 33 pays à travers le monde, exclusion faite du Canada et des États-Unis.

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 restauration rapide 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 le chiffre d'affaires 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 de nourriture et de main d'œuvre, au maintien de coûts d'occupation à un niveau acceptable 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'affût 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, en Colombie-Britannique¹² 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, en Colombie-Britannique 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 au droit du travail et de l'emploi qui régit leur relation avec des salariés, notamment en ce qui a trait 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, déposent 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

¹² Une nouvelle réglementation est entrée en vigueur en Colombie-Britannique le 1^{er} février 2017.

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 les incertitudes décrits 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, 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, les coûts 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 préféreraient 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. Lors de tourmentes touchant à l'économie, au crédit et aux 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 certaines régions où elle fait affaire. 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 bonne 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 dont, 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 de bons emplacements, 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 propriétaires et franchisés de la Société pourraient en souffrir et son chiffre d'affaires comme ses résultats d'exploitation pourraient diminuer.

Taux de change

La Société utilise le dollar canadien comme monnaie fonctionnelle. Compte tenu de la part importante des flux de trésorerie libellés en dollars américains ou en d'autres devises, la rentabilité de la Société et sa capacité de s'acquitter du service de sa dette sont soumises aux fluctuations des taux de change.

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 actuellement d'une facilité de crédit autorisée de 325 millions de dollars qui se compose d'un prêt à terme de 175 millions de dollars et d'une ligne de crédit renouvelable de 150 millions de dollars. Au 30 novembre 2016, des tirages totalisant 237,3 millions de dollars avaient été effectués, tous sujets aux variations à court terme des taux d'intérêt au Canada et aux États-Unis. Dans le cours de ses affaires, la Société pourrait devoir utiliser plus que le solde disponible de sa facilité ou accroître sa marge autorisée. Les fluctuations des taux d'intérêt pourraient avoir un impact important sur la rentabilité de la Société.

Toxi-infections alimentaires

La couverture médiatique entourant l'éclosion 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 liées 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, aux États-Unis et ailleurs, peut avoir des répercussions sur la valeur de la propriété intellectuelle et diminuer les résultats d'exploitation de la Société. De même, une mauvaise presse ou des incidents regrettables associés à ses marques de commerce et autres droits de propriété intellectuelle peuvent avoir un effet malheureux sur l'image et la réputation de la Société, ce qui entraînerait un recul de ses résultats d'exploitation. Toutes les marques de commerce déposées au Canada et aux États-Unis peuvent être contestées suivant les dispositions de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada), du *Trademark Act of 1946* (États-Unis) et d'autres droits de propriété intellectuelle peuvent faire l'objet de différends similaires. Si la Société était déchu 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, étatique 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 modifications apportées 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'expansion 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.

Droit du travail et de l'emploi

L'exploitation des établissements de la Société, franchisés ou non, est assujettie au droit du travail et de l'emploi 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}, Rocky Mountain Chocolate Factory^{MD} et Au Vieux Duluth^{MD}

La Société agit en qualité de franchisé des franchiseurs en vertu de convention de franchise maîtresse et dépend fortement des franchiseurs pour ses opérations. Étant donné la nature du franchisage et les conventions de franchise maîtresse conclues avec les franchiseurs, le succès à long terme de la Société dépendra de façon significative du dynamisme continu des concepts Au Vieux Duluth^{MD}, Rocky Mountain Chocolate Factory^{MD} et TCBY^{MD}, de même que de la performance globale des franchiseurs.

Aux termes des conventions de franchise maîtresse, 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 toute ou chacune des conventions de franchise maîtresse, ce qui aurait des conséquences néfastes sur la Société. Les conditions initiales des contrats de franchise sont échelonnées. Certaines conventions de franchise maîtresse 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 conventions de franchise maîtresse pour quelque terme que ce soit après leur terme initial. Le défaut de renouveler certaines de ces conventions 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 2016, la Société avait conclu 1 392 contrats de location avec divers propriétaires fonciers au Canada et 831 avec des propriétaires fonciers aux États-Unis. Ces baux constituent des obligations locatives s'élevant à 722 millions de dollars, dont 671 millions de dollars 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 acceptables. 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. Dix-huit (18) propriétaires

fonciers dont la Société occupe 10 emplacements ou plus détiennent ou gèrent 624 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 sera 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. En raison de l'addition de Cold Stone Creamery, qui est extrêmement saisonnière et représente maintenant la bannière générant les plus grandes ventes du réseau de MTY, les fluctuations saisonnières seront amplifiées dans le futur. Les ventes des établissements situés dans des centres commerciaux sont également supérieures à la moyenne en décembre, durant la période du magasinage des Fêtes.

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 leur 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 beurre, les produits laitiers, 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.

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

La Société n'applique pas certaines des pratiques exemplaires de gouvernance énoncées dans l'Instruction canadienne 58-201, *Lignes directrices en matière de gouvernance d'entreprise* (« l'IC 58-201 ») et dans la Norme canadienne 58-101, *Information concernant les pratiques en matière de gouvernance* (la « NC 58-101 ») à l'égard des normes d'indépendance des administrateurs. 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, se 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 2017. Selon cette politique, la Société a l'intention de payer un dividende trimestriel s'élevant à 11,5 ¢ par action (11,5 ¢ par action en 2016) dans la mesure où il est déclaré par le Conseil après considération du niveau courant des flux de trésorerie cumulatifs et du fonds de roulement nécessaire aux opérations courantes de la Société et compte tenu des assises financières requises en vue de nouvelles acquisitions. Le Conseil prévoit réviser cette politique au besoin 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 24 janvier 2017, la Société a annoncé qu'elle n'avait pas l'intention d'augmenter son dividende trimestriel en 2017 afin de se doter de la flexibilité financière nécessaire à de nouvelles acquisitions. Le dividende de 11,5 ¢ a été payé le 15 février 2017 aux actionnaires inscrits aux registres de la Société à la fermeture des bureaux le 3 février 2017.

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, 21 374 497 actions ordinaires (19 120 567 au 30 novembre 2015) sont émises et en circulation.

Facilités de crédit

La Société dispose d'une facilité de crédit autorisée de 325 millions de dollars qui se compose d'un prêt à terme de 175 millions de dollars et d'une ligne de crédit renouvelable de 150 millions de dollars. La charge d'intérêt associée à ces crédits varie selon le taux CDOR (le « *Canadian Dollar offered rate* ») ou le taux LIBOR (le « *London Interbank Offered Rate* »), tout dépendant de la devise dans laquelle les avances sont tirées.

Le prêt à terme est de trois ans tandis que la ligne de crédit renouvelable a un terme de quatre ans.

La nouvelle facilité comporte les conditions restrictives suivantes :

- Le ratio dette-BAIIA doit être inférieur ou égal à 4,00:1,00 jusqu'au 20 juillet 2017 et à 3,50:1,00 du 21 juillet 2017 au 20 juillet 2018, puis inférieur à 3,00:1,00 par la suite.
- Le ratio de couverture des frais fixes doit être de 1,25:1,00 en tout temps.

L'accord de crédit renferme par ailleurs diverses restrictions sur les distributions et l'utilisation du produit de la cession d'actifs qui ne devraient pas avoir d'incidence sur la Société pendant le terme de l'accord.

Le prêt à terme et la ligne de crédit renouvelable sont l'un et l'autre remboursables sans pénalité ; les remboursements trimestriels minimums du prêt à terme sont de 2,2 millions de dollars à compter du 30 novembre 2016.

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 2015	32,95	30,82	331 047
Janvier 2016	32,15	28,01	316 856
Février 2016	31,34	27,91	250 530
Mars 2016	34,98	30,50	249 356
Avril 2016	35,50	33,04	351 997
Mai 2016	46,25	33,18	713 953
Juin 2016	45,25	42,64	455 595
Juillet 2016	43,94	40,50	380 072

Date	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume
Août 2016	42,75	38,70	513 121
Septembre 2016	45,63	41,81	390 328
Octobre 2016	49,03	42,63	466 744
Novembre 2016	50,54	46,57	554 614

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	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	Le 2 mai 2011
Éric Lefebvre Québec, Canada	Chef de la direction financière ³⁾	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 réévalue sa taille annuellement au moment de formuler ses recommandations quant à la taille du Conseil aux actionnaires, qui est soumise au vote lors de l'assemblée générale des actionnaires, en tenant compte de la nécessité pour le Conseil de conduire ses activités de façon efficace tout en maintenant une diversité de points de vue et d'expérience.

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.

Dans le cadre du programme d'orientation, les nouveaux administrateurs ont l'occasion de rencontrer la haute direction pour discuter des activités de la Société, recevoir de l'information sur l'entreprise, les politiques de la Société, ainsi que des renseignements historiques et actuels sur l'exploitation et la situation financière de la Société. Les administrateurs sont informés régulièrement par l'équipe de la haute direction sur les questions stratégiques touchant la Société et comprennent notamment l'examen de l'environnement concurrentiel, du rendement de la Société par rapport à ses pairs et de tout autre événement susceptible d'avoir une incidence importante sur les activités de la Société. Le conseil veillera également à ce que les administrateurs puissent assister à des conférences ou à d'autres événements semblables pour participer à la formation continue dans les domaines pertinents à leur rôle d'administrateur.

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 5 633 433 actions ordinaires de la Société, soit 26,4% 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 22,9% des actions ordinaires émises et en circulation de la Société. Pendant l'exercice clos le 30 novembre 2016, M. Ma a reçu un salaire s'élevant à 384 689 \$ et un avantage de 23 415 \$ 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 2016, 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 2016.

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. Convention de franchise maîtresse transnationale de TCBY intervenue le 20 février 1992 entre TCBY Systems, LLC (antérieurement TCBY Systems, Inc.) et Les Aliments Tremlac Canada limitée/Tremlac Food Canada Limited, avec ses modifications et cessions successives (d'abord par Daniel Tremblay et Paul Lachance, puis par Donald Foley) et telle que cédée à Tiki Ming le 28 septembre 2005 pour le territoire du Canada, convention expirant le 31 décembre 2025.

2. 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 affaire selon les conditions de l'entente bien que celle-ci n'ait pas été formellement reconduite.
3. Convention de franchise maîtresse intervenue le 17 août 2009 entre Kahala Franchising Corp. et Rocky Mountain Chocolate Factory, Inc., conférant à la Société un droit irrévocable non exclusif d'offrir les produits Rocky Mountain Chocolate Factory dans les établissements Cold Stone Creamery aux États-Unis ou d'ouvrir des établissements à double enseigne (Cold Stone Creamery/Rocky Mountain Chocolate Factory). Cette entente est valide tant que le réseau de la Société comprend des établissements Rocky Mountain Chocolate Factory en activité et tant que les dispositions de l'entente sont respectées.
4. Régime d'options sur actions daté de mars 2016. À la date de la présente notice annuelle, aucune option n'est en circulation.
5. Contrat de facilité de crédit intervenu le 21 juillet 2016 entre Groupe d'Alimentation MTY inc., la Banque Toronto-Dominion en qualité d'agent administratif et un syndicat de banques canadiennes et américaines, d'un montant total autorisé de 325 000 000 \$. La facilité est garantie par une hypothèque mobilière sur la plupart des éléments d'actif de 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 23 février 2017 à l'égard des états financiers consolidés audités de la Société pour l'exercice clos le 30 novembre 2016. Au 23 février 2017, 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 Tous les 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 Tous les 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 toute 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

La Société a créé un poste d'auditeur interne. La direction soumet ses recommandations sur la portée de l'audit interne au Comité d'audit pour approbation. Les rapports d'audit interne sont adressés au Comité d'audit et au chef de la direction financière.

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

Le chef de la direction financière est le principal responsable 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 21 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 minimale), 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
2016	869 000 \$	18 000 \$	285 000 \$	-
2015	503 500 \$	43 170 \$	128 926 \$	-

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.