



**GROUPE D'ALIMENTATION MTY INC.**

8210, route Transcanadienne  
Saint-Laurent (Québec) H4S 1M5

**Notice annuelle  
pour l'exercice clos le 30 novembre 2018**

**Le 14 février 2019**

## TABLE DES MATIÈRES

<b>NOTES PRÉLIMINAIRES ET MISE EN GARDE .....</b>	<b>4</b>
<b>STRUCTURE DE L'ENTREPRISE .....</b>	<b>6</b>
Nom, adresse et constitution de la Société.....	6
Liens intersociétés.....	6
<b>DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ENTREPRISE .....</b>	<b>6</b>
Événements récents.....	6
Historique des trois derniers exercices .....	6
<b>DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE DE LA SOCIÉTÉ.....</b>	<b>8</b>
Aperçu.....	8
L'industrie de la restauration.....	9
Évolution de l'entreprise .....	10
Chiffre d'affaires réseau .....	15
Chiffre d'affaires des établissements comparables.....	15
Approvisionnement et distribution.....	16
Exploitation des franchises.....	16
Provenance des rentrées de la Société .....	17
Gestion.....	18
Ressources humaines .....	18
Propriété intellectuelle .....	18
Marketing .....	19
Marché cible.....	19
Concurrence.....	19
Compétitivité .....	20
Stratégie.....	20
Nouveaux établissements franchisés et propriétaires.....	21
Nouvelles occasions de vente au détail.....	21
Réglementation gouvernementale.....	21
Critères de placement .....	22
<b>FACTEURS DE RISQUE.....</b>	<b>23</b>
Compétitivité au sein de l'industrie de la restauration .....	23
Concurrence d'autres franchiseurs.....	23
Environnement économique .....	23
Durabilité et croissance de l'entreprise .....	24
Brèches de sécurité et renseignements personnels confidentiels.....	24
Toxi-infections alimentaires .....	25
Propriété intellectuelle .....	25
Expérience client.....	25
Dépendance à l'égard des technologies de l'information.....	25
Coûts des produits de base, coûts et pénurie de la main-d'œuvre et autres risques .....	26
Atteintes à la réputation de la Société .....	26
Réglementation gouvernementale.....	26
Droit du travail et de l'emploi .....	26
Taux de change.....	26
Taux d'intérêt .....	27
Litiges, recours collectifs et autres différends éventuels .....	27

Dépendance de la Société à l'égard du personnel clé .....	27
Contrats de location et renouvellement de contrats de location .....	27
Variation des prix et des approvisionnements .....	27
Saisonnalité des affaires et climat .....	27
Maintien d'un niveau de rentrées adéquat de la part des franchisés.....	28
Capacité de repérer et de s'assurer des emplacements acceptables .....	28
Pertes non assurées et sous-assurées.....	28
Établissements à l'étranger .....	29
Régie interne.....	29
Dividendes .....	29
<b>POLITIQUE EN MATIÈRE DE DIVIDENDES .....</b>	<b>29</b>
<b>DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL.....</b>	<b>30</b>
<b>FACILITÉS DE CRÉDIT .....</b>	<b>30</b>
<b>MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES – COURS ET VOLUMES DES OPÉRATIONS .....</b>	<b>30</b>
Cours et volumes des opérations .....	30
Placements antérieurs.....	31
<b>ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA HAUTE DIRECTION.....</b>	<b>31</b>
Nom et occupation .....	31
Indépendance des administrateurs.....	32
Nomination, orientation et formation continue.....	32
Titres détenus par les administrateurs et les membres de la haute direction .....	33
Interdictions d'opérations, faillites, amendes ou sanctions.....	33
Conflits d'intérêts.....	34
<b>PROMOTEUR.....</b>	<b>34</b>
<b>POURSUITES ET APPLICATION DE LA LOI.....</b>	<b>34</b>
<b>AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES .....</b>	<b>34</b>
<b>CONTRATS IMPORTANTS.....</b>	<b>34</b>
<b>INTÉRÊTS DES EXPERTS .....</b>	<b>35</b>
<b>RENSEIGNEMENTS SUR LE COMITÉ D'AUDIT .....</b>	<b>35</b>
Charte du comité d'audit.....	35
Composition du comité d'audit.....	38
Formation et expérience pertinentes .....	38
Encadrement du comité d'audit .....	38
Utilisation de certaines dispenses.....	38
Politiques et procédures d'approbation préalable .....	39
Honoraires de l'auditeur externe.....	39
<b>INFORMATION COMPLÉMENTAIRE .....</b>	<b>39</b>

## 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 2018.

### 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](http://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. Cet indicateur fournit de l'information sur la performance comparative des établissements du réseau d'une période à l'autre.

De même, la Société utilise le chiffre d'affaires réseau tant pour évaluer la taille et la performance du réseau MTY que comme indicateur de sa rentabilité potentielle. Le chiffre d'affaires réseau comprend le chiffre d'affaires des établissements existants, celui des établissements ouverts ou fermés pendant la période et, dans le cas des nouveaux concepts acquis, celui qu'ils ont réalisé à compter de la date de clôture de l'opération.

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. La Société formule un énoncé prospectif lorsqu'elle utilise ce qu'elle sait et prévoit 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 la Société, les énoncés prospectifs contenus dans la présente notice d'offre décrivent ses prévisions au 14 février 2019 et, par conséquent, sont sujets à changement après cette date. La Société ne s'engage 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 elle décline 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 exprimées, ou que les perspectives d'affaires, objectifs, plans et priorités stratégiques ne se réalisent pas. En conséquence, la Société ne peut garantir qu'un énoncé prospectif se concrétisera et vous êtes avisé de 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 des perspectives d'affaires et de l'environnement des activités. Le lecteur est avisé, 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 considérées comme raisonnables au 14 février 2019. Veuillez vous reporter, en particulier, à la rubrique intitulée « Facteurs de risque » pour une description de certaines des hypothèses clés, tant économiques et opérationnelles que de marché, utilisées dans la rédaction des énoncés prospectifs contenus dans ce document. Si ces hypothèses se révèlent imprécises, les résultats réels pourraient s'écarter substantiellement de ce qui est prévu.

Des facteurs de risque importants pourraient faire en sorte que les résultats ou événements réels s'écartent fortement 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 la capacité d'attirer la clientèle; la capacité d'obtenir des emplacements avantageux et de renouveler les contrats de location actuels à des taux acceptables; l'arrivée de concepts étrangers; la capacité d'attirer de nouveaux franchisés; les changements en matière de goûts de la clientèle, de tendances démographiques et quant à l'attrait des 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 des dépenses du consommateur; la demande et les prix des produits; la capacité de mettre en œuvre les stratégies et plans de la Société de manière à générer les profits attendus; les situations affectant la capacité de tiers fournisseurs de 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 les énoncés prospectifs sont commentés dans cette notice annuelle.

MTY avertit 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 inconnus pour l'instant ou jugés négligeables actuellement peuvent aussi avoir un effet préjudiciable l'entreprise, la situation financière ou les résultats d'exploitation.

À moins d'indication contraire de MTY, 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 14 février 2019. 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, MTY ne peut décrire l'impact prévu de façon concrète ou de la même façon que les risques connus ayant une incidence sur l'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 8210, route Transcanadienne, 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	Pourcentage des droits de vote détenus		Lieu de constitution
	Directement	Par l'intermédiaire de filiales	
Les Entreprises MTY Tiki Ming inc.	100%	—	Canada
Kahala Brands Itée	—	100%	Delaware
Groupe restaurants Imvescor inc.	100%	—	Canada

## DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ENTREPRISE

### Événements récents

Le 11 décembre 2018, la Société a complété l'acquisition de la quasi-totalité de l'actif de Casa grecque pour une contrepartie totale de 22,4 millions de dollars réglée à hauteur de 20,8 millions de dollars par l'encaisse et le solde au moyen de la facilité de crédit existante. Des passifs nets s'élevant à 0,3 million de dollars ont été pris en charge et une retenue de 1,3 million de dollars a été effectuée. Au 14 février 2019, la répartition préliminaire du prix d'achat n'était pas achevée.

Le 11 décembre 2018, la Société a annoncé qu'une de ses filiales en propriété exclusive avait conclu une entente à l'effet d'acquérir l'actif de South St. Burger, une chaîne de restaurants servant des hamburgers gastronomiques. L'acquisition devrait être complétée dans les 90 jours de son annonce.

Le 21 janvier 2019, la Société a approuvé un dividende trimestriel de 0,165 \$ par action ordinaire qui sera payé le 15 février 2019.

### Historique des trois derniers exercices

#### Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2018

Le 1<sup>er</sup> décembre 2017, la Société a annoncé qu'elle avait complété l'acquisition des participations dans les sociétés à responsabilité limitée CB Franchise Systems et Built Franchise Systems. Le prix d'achat s'élevait à 31,0 millions de dollars (23,5 millions \$ US) dont 28,3 millions de dollars (22,3 millions \$ US) ont été réglés à la clôture. Trois (3) établissements propriétaires et 41 franchises étaient en activité au moment de la clôture.

Le 1<sup>er</sup> mars 2018, la Société a acquis, à la suite de la fusion d'une filiale en propriété exclusive et de Groupe restaurants Imvescor inc. (« GRI »), toutes les actions en circulation de GRI pour une contrepartie totale de 250,8 millions de dollars dont 53,1 millions de dollars en trésorerie et le solde en actions. Au moment de la clôture, GRI exploitait 5 marques au Canada et disposait de 261 établissements en activité.

Le 15 mars 2018, l'une des filiales en propriété exclusive de la Société a fait l'acquisition de l'actif de Grabbagreen<sup>MD</sup> pour une contrepartie totale de 3,4 millions de dollars (2,6 millions \$ US) dont 3,1 millions de dollars (2,4 millions \$ US) réglés à la clôture. Vingt-sept (27) établissements étaient en activité aux États-Unis au moment de la clôture.

Le 4 avril 2018, l'une des filiales en propriété exclusive de la Société a fait l'acquisition de l'actif de Timothy's World Coffee<sup>MD</sup> et de Mmmuffins<sup>MD</sup> pour une contrepartie totale de 1,3 million de dollars dont 1,2 million de dollars réglés à la clôture. Trente-neuf (39) établissements étaient en activité au Canada au moment de la clôture.

Le 25 septembre 2018, la Société a annoncé qu'elle avait complété l'acquisition de la quasi-totalité de l'actif de SweetFrog Premium Frozen Yogurt pour une contrepartie de 41,5 millions de dollars (32,1 millions \$ US), dont 37,4 millions de dollars (28,9 millions \$ US) réglés à la clôture. Au moment de la clôture, 331 établissements étaient franchisés ou licenciés aux États-Unis et 8 à l'international.

#### Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2017

Le 9 décembre 2016, la Société a annoncé qu'elle avait complété l'acquisition de l'actif de La Diperie, ceci par l'intermédiaire d'une filiale dans laquelle elle détient une participation donnant le contrôle de 60%. La quote-part de la Société dans la contrepartie s'élevait à 0,9 million de dollars, dont 0,8 million de dollars comptants. À la clôture, La Diperie exploitait 5 établissements au Canada.

Le 1<sup>er</sup> février 2017, la Société a vendu ses droits de franchise exclusifs au Canada de Yogen Früz pour une contrepartie de 0,8 million de dollars.

Le 8 mai 2017, la Société a annoncé qu'elle avait acquis l'actif de Steak Frites St-Paul et de Giorgio Ristorante pour une contrepartie de 0,4 million de dollars dont 0,3 million de dollars réglés à même l'encaisse. À la clôture, 6 Giorgio Ristorante et 9 Steak Frites St-Paul étaient en activité. Tous les établissements se trouvent au Canada.

Le 9 juin 2017, la Société a annoncé l'acquisition des actifs de The Works Gourmet Burger Bistro pour une contrepartie totale de 8,2 millions de dollars, dont 7,1 millions de dollars comptants. À la clôture, 27 établissements étaient en activité, tous situés au Canada.

Le 16 juin 2017, la Société a annoncé qu'elle avait acquis, par l'intermédiaire d'une filiale dans laquelle elle détient une participation donnant le contrôle de 80%, les actifs de Houston Avenue Bar & Grill (« Houston ») et de Industria Pizzeria + Bar (« Industria »). La quote-part de la Société dans la contrepartie d'achat s'élevait à 16,8 millions de dollars, dont 12,8 millions de dollars comptants. À la clôture, Houston et Industria exploitaient respectivement neuf et trois établissements, tous situés au Canada.

Le 29 septembre 2017, la Société a annoncé qu'elle avait acquis, par l'intermédiaire de sa filiale en propriété exclusive Les Entreprises MTY Tiki Ming inc., les actifs de Dagwoods Sandwichs et Salades. Au moment de la clôture, Dagwoods exploitait 22 établissements au Canada. Le prix d'achat s'élevait à 3,0 millions de dollars.

#### Faits saillants de l'exercice clos le 30 novembre 2016

Le 26 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.

## 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 à franchiser et à exploiter des établissements dont elle est propriétaire dans les secteurs de la restauration à service rapide et à service complet sous une multitude d'enseignes et à en vendre des produits de détail. La Société exploite aussi un centre de distribution et une usine de traitement des aliments, tous deux situés au Québec. 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 et à service complet. Dès lors, les principaux flux de rentrées des deux secteurs sont des redevances, des droits



de franchise, des produits de la vente de services et de fournitures aux franchisés ainsi que d'autres produits de franchisage.

La Société exploite aussi quelques restaurants dont elle est propriétaire. Au 30 novembre 2018, la Société comptait 42 établissements propriétaires au Canada et 23 aux États-Unis.

### **L'industrie de la restauration**

L'industrie des services alimentaires est un secteur dynamique, innovateur et important de l'économie canadienne et américaine. On s'attendait à ce que les ménages canadiens dépensent 39,1% de leur budget alimentaire au restaurant en 2018<sup>1</sup>, ce qui représente la plus grande part projetée depuis 2006, et les ménages américains moyens, 53,8% de leur budget alimentaire<sup>2</sup>.

Les prévisions portent le chiffre d'affaires total des services alimentaires commerciaux au Canada à plus de 72,1 milliards de dollars pour 2018, une hausse de 5,3% par rapport à 2017 qui représente aussi une 27<sup>e</sup> année consécutive de croissance du chiffre d'affaires total. Pour les restaurants à service rapide et à service complet, qui constituent les deux plus importants segments des services alimentaires commerciaux, on prévoit une croissance moyenne de 5,3% et 5,7% respectivement au cours de la prochaine année. L'addition annuelle moyenne par personne devrait atteindre 1 942 \$ en 2019<sup>1</sup>. L'un des plus importants employeurs du pays, l'industrie des services alimentaires fournit des emplois à plus de 1,2 million de Canadiens<sup>3</sup>. On compte plus de 97 000 unités de restauration commerciale au Canada<sup>4</sup>, soit environ 26 unités par 10 000 habitants.

Aux États-Unis, le chiffre d'affaires total de l'industrie de la restauration (aliments et boissons) dépassait les 784 milliards de dollars américains en 2018 et l'on prévoit une croissance du chiffre d'affaires annuel de 3,2%<sup>5</sup>. L'industrie de la restauration fournit un emploi à plus de 13 millions de personnes, ce qui représente plus de 8% de la main-d'œuvre totale des États-Unis. On compte plus de 660 000 établissements dans l'industrie de la restauration rapide aux États-Unis, dont le tiers sont franchisés<sup>6</sup>.

En 2016, la marge bénéficiaire avant impôt des restaurants au Canada s'établissait à 4,2% du produit d'exploitation (4,3% pour les restaurants à service rapide et 3,4% pour les restaurants à service complet). Le coût des marchandises vendues (35,2% du chiffre d'affaires), les salaires et avantages sociaux (31,9% du chiffre d'affaires) ainsi que les coûts de location et de crédit-bail (8,1% du chiffre d'affaires) constituaient les charges les plus importantes<sup>7</sup>.

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

Kostuch Media Itée, éditeur du magazine *Foodservice and Hospitality*, a qualifié le Groupe MTY d'usine à croissance des services alimentaires canadiens et lui a décerné son prix Société de l'année en services alimentaires (« *F&H's Company of the Year* »)<sup>8</sup>.

Aux États-Unis, seules Cold Stone Creamery et Baja Fresh Mexican Grill se classent parmi les 250 plus importantes chaînes<sup>9</sup>.

---

<sup>1</sup> Source : Restaurants Canada, Foodservice Industry Forecast, 2018-2022.

<sup>2</sup> Source: United States Department of Agriculture, <https://www.ers.usda.gov/data-products/ag-and-food-statistics-charting-the-essentials/food-prices-and-spending/>.

<sup>3</sup> Source: Statistique Canada, Emploi selon l'industrie, données annuelles.

<sup>4</sup> Source: Restaurants Canada, Industry Key Facts.

<sup>5</sup> Source: Technomic, Foodservice State of the Industry, January 2019 Report.

<sup>6</sup> Source: <https://www.statista.com/topics/4476/restaurant-and-foodservice-industry-in-the-us/>.

<sup>7</sup> Source: Restaurants Canada, 2018 Operations Report.

<sup>8</sup> Source: <https://www.kostuchmedia.com/kostuch-media-ltd-announces-2018-pinnacle-award-winners/>.

<sup>9</sup> Source: Restaurants Business, <https://www.restaurantbusinessonline.com/top-500-2018>.

## 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 <sup>MD</sup> – Cuisine chinoise	1983
Sukiyaki <sup>MD</sup> – Délices de la table japonaise	1988
Franx Supreme <sup>MD</sup> – Hot-dogs et hamburgers	1989
Chick'n'Chick <sup>1)</sup>	1995
Panini Pizza Pasta <sup>MD</sup>	1995
Carrefour Oriental	1996
Caférama <sup>MD 2)</sup>	1999
Au Vieux Duluth Express <sup>MD</sup> , au moyen d'une entente de développement régional exclusive au Québec et en Ontario	2002
Villa Madina <sup>MD</sup>	2003
Kim Chi Korean Delight <sup>MD</sup>	2006
Vie & Nam <sup>MD</sup>	2008
Tandori	2008
O'Burger <sup>MD</sup>	2008
Tosto Quickfire Pizza Pasta <sup>MD</sup>	2015
Ginger Sushi Boutique <sup>MD</sup>	2017

<sup>1)</sup> Le dernier établissement *Chick'n'Chick* a été fermé durant l'exercice 2013.

<sup>2)</sup> 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 :

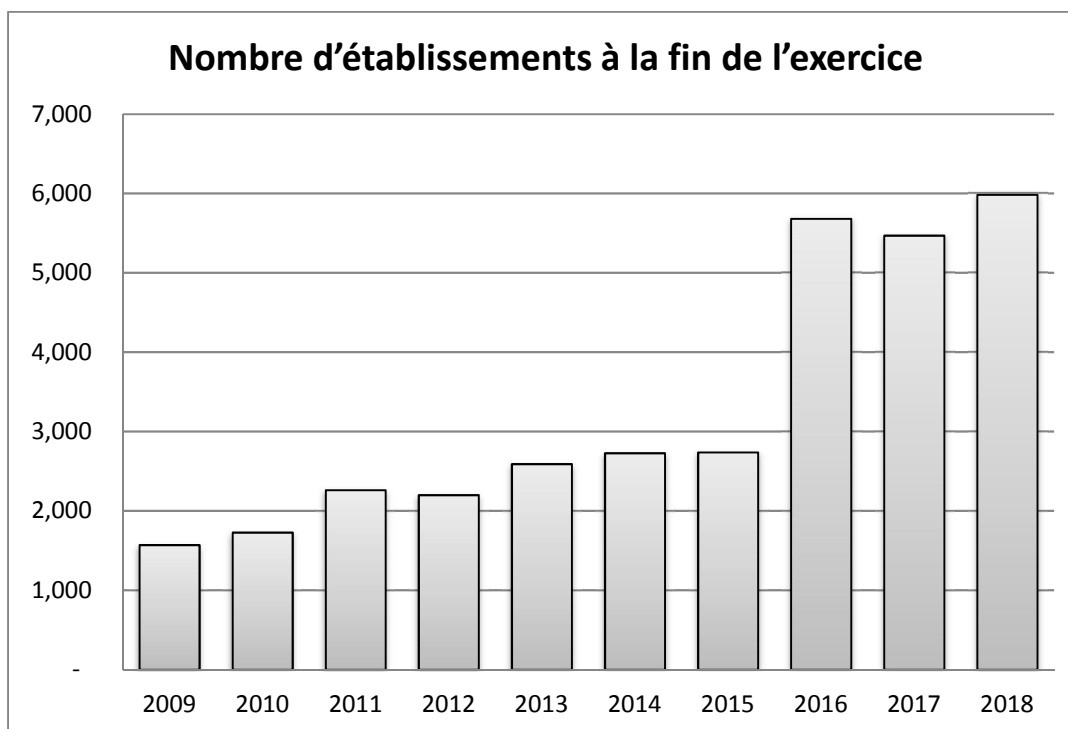
Enseigne	Année d'acquisition	Participation	Établissements franchisés	Établissements propriétaires
Fontaine Santé/Veggirama	1999	100%	18	—
La Crémère	2001	100%	71	3
Croissant Plus	2002	100%	18	2
Cultures	2003	100%	24	—
Thai Express	Mai 2004	100%	6	—
Mrs. Vanelli's	Juin 2004	100%	103	—
TCBY – droits canadiens de franchise maîtresse	Septembre 2005	100%	91	—
Yogen Früz <sup>MC</sup> – droits de franchise maîtresse exclusifs au Canada <sup>10)</sup>	Avril 2006	100%	152	—
Sushi Shop	Septembre 2006	100%	42	5
Koya Japan	Octobre 2006	100%	24	—
Sushi Shop (établissements franchisés existants)	Septembre 2007	100%	—	15
Tutti Frutti	Septembre 2008	100%	29	—
TacoTime – droits canadiens de franchise maîtresse	Octobre 2008	100%	117	—
Country Style Food Services Holdings inc.	Mai 2009	100%	475	5
Groupe Valentine inc.	Septembre 2010	100%	86	9
Jugo Juice	Août 2011	100%	134	2
Mr. Submarine	Novembre 2011	100%	338	—

<sup>10)</sup> Les droits de franchise maîtresse exclusive de Yogen Früz<sup>MC</sup> au Canada ont été cédés le 1<sup>er</sup> février 2017.

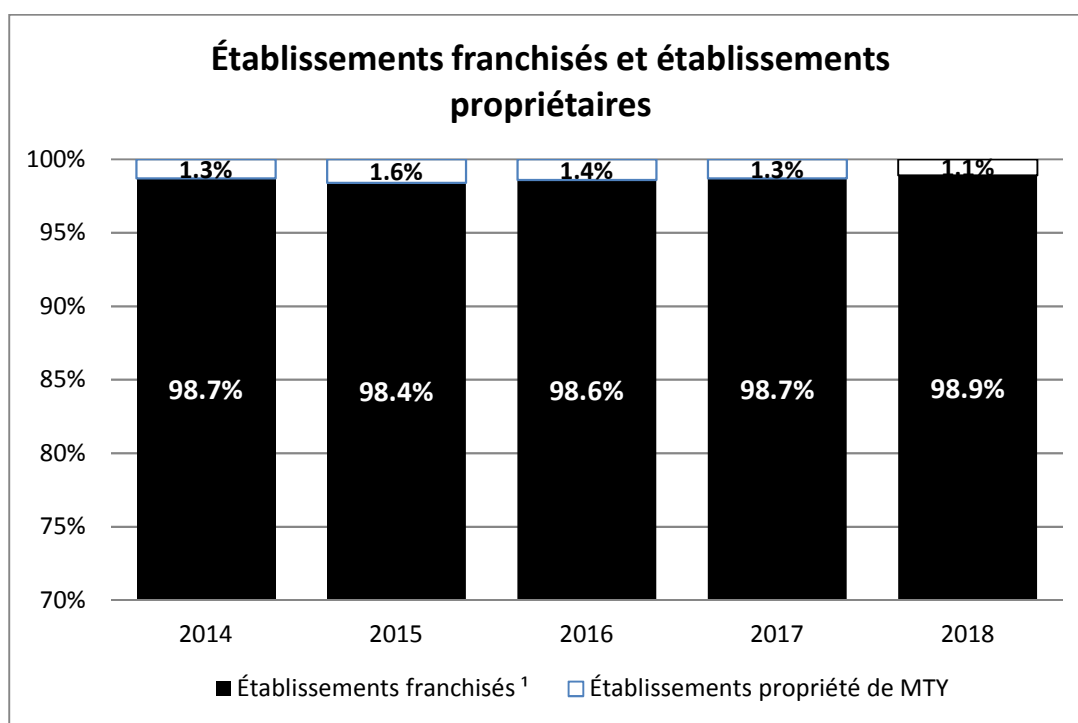
Enseigne	Année d'acquisition	Participation	Établissements franchisés	Établissements propriétaires
Koryo Korean BBQ	Novembre 2011	100%	19	1
Mr. Souvlaki	Septembre 2012	100%	14	—
SushiGo	Juin 2013	100%	3	2
Extreme Pita, PurBlendz et Mucho Burrito (Extreme Brandz)	Septembre 2013	100%	300, dont 34 aux États-Unis	5
ThaiZone	Septembre 2013 March 2015	80% + 20%	25 et 3 restaurants mobiles	—
Madisons	Juillet 2014 Septembre 2018	90% + 10%	14	—
Café Dépôt, Muffin Plus, Sushi-Man et Fabrika	Octobre 2014	100%	88	13
Van Houtte Café Bistros – licence de franchise perpétuelle	Novembre 2014	100%	51	1
Manchu Wok, Wasabi Grill & Noodle et SenseAsian	Décembre 2014	100%	115	17
Big Smoke Burger	Septembre 2015 Septembre 2016	60% + 40%	13	4
Kahala Brands Itée – Cold Stone Creamery, Blimpie, TacoTime, 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 et Pinkberry	Juillet 2016	100%	2 839	40
BF Acquisition Holdings, LLC – Baja Fresh Mexican Grill et La Salsa Fresh Mexican Grill	Octobre 2016	100%	167	16
La Diperie	Décembre 2016	60%	5	—
Steak Frites St-Paul et Giorgio Ristorante	Mai 2017 Septembre 2018	83,25% + 9.25%	15	—
The Works Gourmet Burger Bistro	Juin 2017	100%	23	4
Houston Avenue Bar & Grill et Industria Pizzeria + Bar	Juin 2017	80%	12	—
Dagwoods Sandwichs et Salades	Septembre 2017	100%	20	2
The Counter Custom Burgers	Décembre 2017	100%	36	3
Built Custom Burgers	Décembre 2017	100%	5	—
Groupe restaurants Imvescor – Bâton Rouge, Pizza Delight, Scores, Toujours Mikes et Ben & Florentine	Mars 2018	100%	253	8
Grabbagreen	Mars 2018	100%	26	1
Timothy's World Coffee et Mmmuffins - licence de franchise perpétuelle	Avril 2018	100%	32	7
SweetFrog Premium Frozen Yogurt	Septembre 2018	100%	331	—

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 2018, 5 984 établissements étaient en activité.

L'histogramme ci-après illustre l'évolution du nombre d'établissements au cours des 10 derniers exercices :



Des 5 984 établissements en activité, 5 919 étaient franchisés ou faisaient l'objet d'une entente d'exploitation tandis que les 65 autres étaient exploités par MTY. L'histogramme qui suit illustre la répartition des établissements franchisés et de ceux appartenant à la Société :



<sup>1)</sup> Établissements franchisés ou faisant l'objet d'une entente d'exploitation.

Les établissements de MTY : i) se trouvent dans les aires de restauration des galeries marchandes et des tours de bureaux et dans des centres commerciaux ; ii) ont façade sur rue ; et iii) se présentent sous une forme non traditionnelle dans des aéroports, des hôpitaux, des campus étudiants, des stations-service, des dépanneurs, des cinémas, des parcs d'attractions ainsi qu'en d'autres lieux ou dans des parcs commerciaux.

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		30 novembre	
	2018	2017	2018	2017
Centre commercial et foire alimentaire	21%	23%	22%	27%
Façade sur rue	56%	48%	63%	57%
Emplacements non traditionnels	23%	29%	15%	16%

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		30 novembre	
	2018	2017	2018	2017
Ontario	15%	17%	14%	14%
Québec et Maritimes	19%	17%	28%	19%
Ouest du Canada	10%	10%	9%	11%
Californie	8%	8%	12%	11%
Reste des États-Unis	39%	39%	31%	37%
International	9%	9%	6%	8%

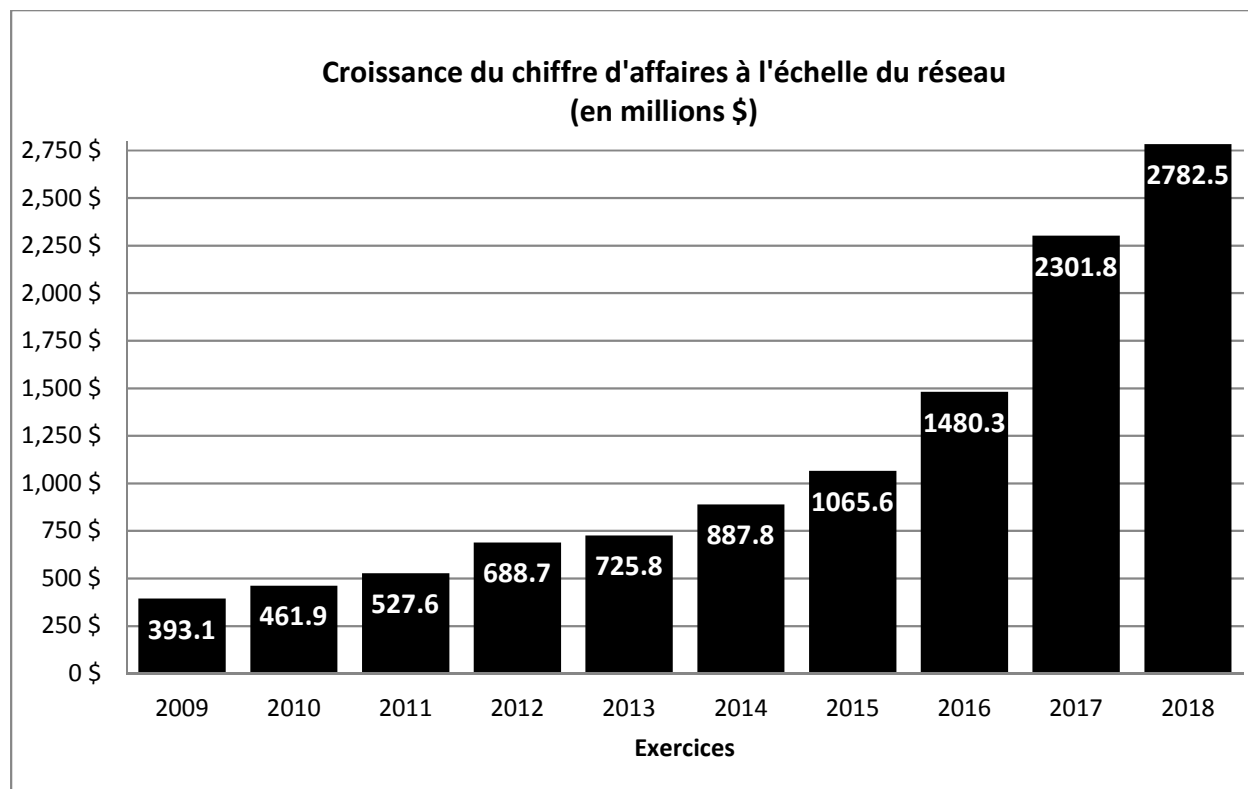
Le tableau ci-dessous fait état du nombre d'établissements par concept au 30 novembre 2018 :

Canada		États-Unis et International	
Au Vieux Duluth Express <sup>MD</sup>	8	America's Taco Shop <sup>MD</sup>	4
Bâton Rouge	28	Baja Fresh Mexican Grill <sup>MD</sup>	135
Ben & Florentine	57	Big Smoke Burger <sup>MD</sup>	6
Big Smoke Burger <sup>MD</sup>	12	Blimpie <sup>MD</sup>	241
Built Custom Burgers	1	Built Custom Burgers	8
Buns Master <sup>MD</sup>	4	Cereality <sup>MD</sup>	1
Café Dépôt <sup>MD</sup>	54	Cold Stone Creamery <sup>MD</sup>	1 317
Country Style <sup>MD</sup>	312	Country Style <sup>MD</sup>	3
Cultures <sup>MD</sup>	45	Extreme Pita <sup>MD</sup>	7
Dagwoods Sandwichs et salades <sup>MD</sup>	19	Franx Supreme <sup>MD</sup>	1
Extreme Pita <sup>MD</sup>	85	Frullati Café & Bakery <sup>MD</sup>	14
Fabrika <sup>MD</sup>	1	Ginger Sushi Boutique <sup>MD</sup>	1
Giorgio Ristorante <sup>MD</sup>	4	Grabbagreen <sup>MD</sup>	24
Houston Avenue Bar & Grill <sup>MD</sup>	11	Great Steak <sup>MD</sup>	60
Industria Pizza + Bar <sup>MD</sup>	6	Johnnie's New York Pizzeria	5
Jugo Juice <sup>MD</sup>	130	Jugo Juice <sup>MD</sup>	2
Kim Chi Korean Delight <sup>MD</sup>	11	Kahala Coffee Traders <sup>MC</sup>	6
Koryo Korean Barbeque <sup>MD</sup>	15	La Crémère <sup>MD</sup>	4
Koya Japan <sup>MD</sup>	15	La Salsa Fresh Mexican Grill <sup>MD</sup>	15
La Crémère <sup>MD</sup>	43	Manchu Wok <sup>MD</sup>	34
La Diperie	35	Maui Wowi Hawaiian Coffees & Smoothies <sup>MD</sup>	317
Madisons <sup>MD</sup>	15	MR. SUB <sup>MD</sup>	11
Manchu Wok <sup>MD</sup>	76	Ms. Vanellis	62

Canada		États-Unis et International	
Mikes <sup>MD</sup>	71	Mucho Burrito <sup>MD</sup>	3
MMMuffins <sup>MD</sup>	2	NrGize Lifestyle Café <sup>MC</sup>	78
Mr Souvlaki <sup>MD</sup>	17	Pad Thai <sup>MD</sup>	11
MR.SUB <sup>MD</sup>	258	Pinkberry <sup>MD</sup>	112
Ms. Vanellis <sup>MD</sup>	14	Planet Smoothie <sup>MD</sup>	131
Mucho Burrito <sup>MD</sup>	117	Ranch One <sup>MD</sup>	4
Muffin Plus <sup>MD</sup>	24	Rocky Mountain Chocolate Factory <sup>MD</sup>	94
O`burger <sup>MD</sup>	4	Rollerz <sup>MC</sup>	1
Panini <sup>MD</sup>	1	Samurai Sam's <sup>MD</sup>	19
Pizza Delight <sup>MD</sup>	75	Sukiyaki <sup>MD</sup>	9
Scores <sup>MD</sup>	38	Surf City Squeeze <sup>MD</sup>	83
SensAsian <sup>MD</sup>	1	SweetFrog <sup>MD</sup>	327
Steak Frites St-Paul <sup>MD</sup>	7	Taco Time <sup>MD</sup>	129
Sukiyaki <sup>MD</sup>	9	Tandori <sup>MD</sup>	3
SushiGo <sup>MD</sup>	3	Tasti D-Lite <sup>MC</sup>	9
Sushi-Man <sup>MD</sup>	8	Thai Express <sup>MD</sup> / Pad Thai <sup>MD</sup>	18
Sushi Shop <sup>MD</sup>	157	The Counter <sup>MD</sup>	39
Taco Time <sup>MD</sup>	126	Tiki Ming <sup>MD</sup>	10
Tandori <sup>MC</sup>	8	Van Houtte <sup>MD</sup>	1
TCBY <sup>MD</sup>	41		
Thai Express <sup>MD</sup> / Pad Thai	297		
Thaizone <sup>MD</sup>	41		
The Works Gourmet Burger Bistro <sup>MD</sup>	27		
Tiki Ming <sup>MD</sup>	29		
Tim Hortons Cold Stone Canada	2		
Timothy's World Coffee <sup>MD</sup>	35		
Tosto Quickfire Pizza Pasta <sup>MD</sup>	4		
Tutti Frutti <sup>MD</sup>	32		
Valentine <sup>MD</sup>	100		
Van Houtte <sup>MD</sup>	46		
Vie & Nam <sup>MD</sup>	3		
Villa Madina <sup>MD</sup>	39		
Wasabi Grill & Noodle <sup>MD</sup>	2		
<b>Total</b>	<b>2 625</b>		<b>3 359</b>

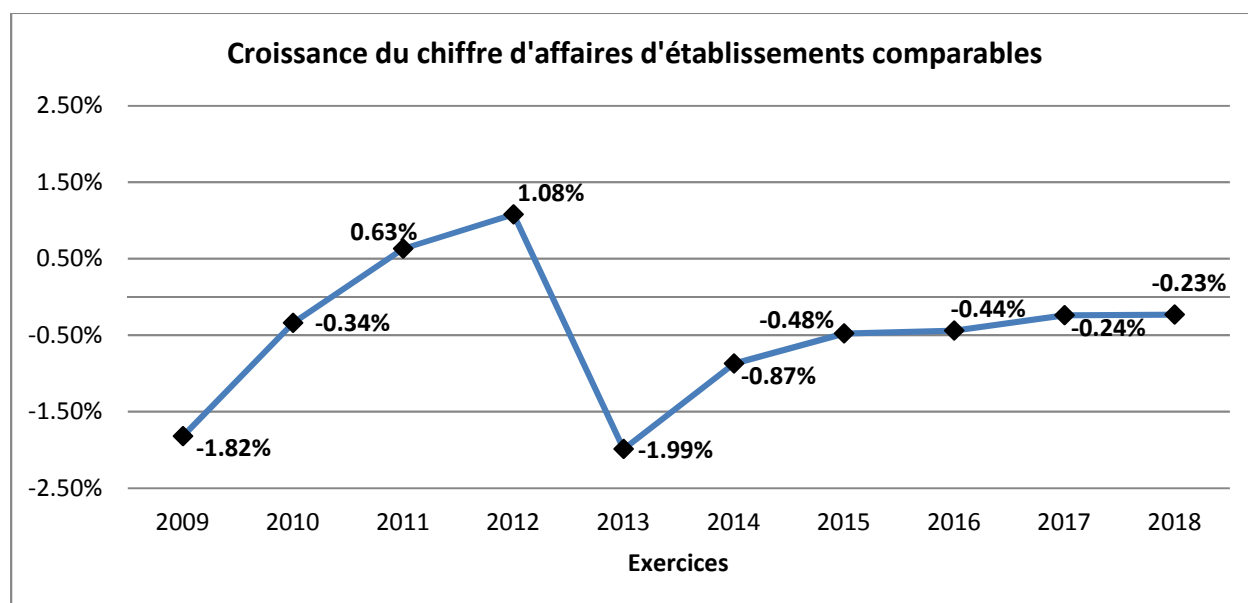
### Chiffre d'affaires réseau

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



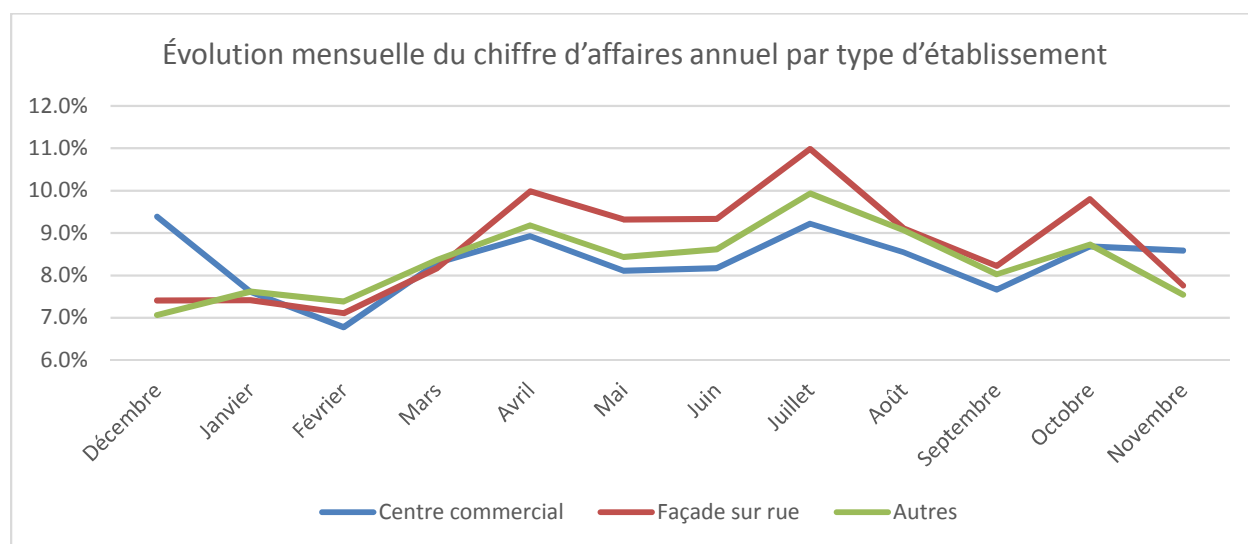
### Chiffre d'affaires des établissements comparables

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 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. Le graphique qui suit illustre la saisonnalité des ventes par type d'établissement au cours des 12 derniers mois :



## 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 à 15 ans dans le cas des emplacements traditionnels et de 3 à 5 ans dans le cas des emplacements non traditionnels. Sauf pour ce qui est de certains emplacements non traditionnels et certains emplacements régis par des contrats de franchise principale, 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 (30) groupes de franchisés détenant 10 emplacements ou plus contrôlent environ 846 emplacements. Trois (3) 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 activités de franchisage tels que décrits ci-après. Aux exercices clos les 30 novembre 2018 et 2017, ces produits constituaient respectivement 80% et 78% 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 d'entrée.** 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 comptabilisés 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 comptabilisés 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 biens et d'équipement.** Les franchisés sont tenus d'acheter de la Société certains biens et équipements utilisés et vendus dans leur établissement, denrées que la Société leur vend à profit. Ces produits sont comptabilisés lorsque les biens sont livrés. La Société perçoit aussi certains frais d'administration de services de revente à ses franchisés.
- **Revenus de location.** La Société touche des loyers de certaines propriétés qu'elle détient ainsi que de contrats de location, de même que des produits 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 conclu entre le propriétaire des lieux et la Société, ceci afin de couvrir ses obligations aux termes d'un tel contrat de location. 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.

- La Société comptabilise des produits de droits abandonnés à l'égard de cartes-cadeaux, soit sur une base proportionnelle, en se fondant sur des données d'utilisation historiques des cartes-cadeaux, soit selon l'improbabilité que les cartes-cadeaux soient présentées en paiement d'une addition. La Société facture également divers frais de programmes à ses franchisés lorsque les cartes-cadeaux sont utilisées.
- Apports de fournisseurs. La Société reçoit des contreparties de ses fournisseurs. Ces contreparties sont comptabilisées dans le 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.
- Produits de ventes au détail. La Société perçoit des rentrées de la vente de produits à des détaillants. Les rentrées de la vente au détail sont comptabilisées lorsque les biens ont été livrés ou lorsque les risques et avantages substantiels inhérents à leur propriété ont été transférés et qu'il est probable que l'avantage économique lié à l'opération ira à la Société.

#### 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 comptabilisées lorsque les denrées sont livrées à leur utilisateur ou lorsque les risques et avantages substantiels inhérents à leur propriété sont cédés à des distributeurs ou à des détaillants. Les produits de la transformation d'aliments ont respectivement constitué 4% et 5% des produits totaux de la Société en 2018 et 2017.

#### Établissements appartenant à la Société

Les restaurants dont la Société est propriétaire et qu'elle exploite lui procurent aussi des rentrées. Les produits des établissements appartenant à la Société sont comptabilisés lorsque les services sont rendus. Ces produits ont constitué respectivement 17% et 18% des produits totaux aux exercices 2018 et 2017.

#### **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 2018, la Société et ses filiales employaient environ 1 282 personnes travaillant plus de 20 heures par semaine, au Canada et aux États-Unis. De celles-ci, 733 personnes travaillent dans des établissements appartenant à la Société ou dans son usine de transformation des aliments. Parmi les autres employés, environ 276 travaillent au Canada et 273, 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 ses diverses « identités 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<sup>MD</sup>, TCBY<sup>MD</sup> et Rocky Mountain Chocolate Factory<sup>MD</sup> qui font l'objet de licences consenties par la Société. Les droits de la Société d'utiliser ces marques de commerce sous licence et la propriété intellectuelle afférente, de même que ses droits d'exploiter et de franchiser les concepts Au Vieux Duluth Express<sup>MD</sup>,

TCBY<sup>MD</sup> et Rocky Mountain Chocolate Factory<sup>MD</sup>, Van Houtte® and Timothy's World Coffee 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<sup>er</sup> 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 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.

#### Entente de franchise maîtresse avec Tim Hortons

Entente de franchise maîtresse intervenue le 6 novembre 2009 et modifiée le 17 mai 2016 permettant aux établissements Tim Hortons d'intégrer un établissement Cold Stone Creamery et aux établissements Cold Stone Creamery d'intégrer un établissement Tim Hortons. Cette entente, irrévocable et non exclusive, ne s'applique qu'aux établissements à double enseigne; elle est valide tant que les établissements à double enseigne sont en activité et tant que les dispositions de l'entente sont respectées. Chaque partie dispose du droit de résilier l'entente.

### **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 qualité de mandataire et utilisées à des fins de marketing, de promotion et de publicité, de même que pour l'administration des fonds promotionnels respectifs de chaque concept. Outre le fonds promotionnel, les franchisés financent des activités de commercialisation supplémentaires à l'égard de la publicité et des promotions locales.

### **Marché cible**

Le réseau de la Société compte actuellement 2 827 établissements aux États-Unis et 2 625 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 d'étendre ses concepts au plan international, ceci au moyen de conventions-cadres de franchisage. Actuellement, 532 établissements sont exploités dans 39 pays à travers le monde, exclusion faite de l'Amérique du Nord.

### **Concurrence**

Les restaurants à service rapide et les restaurants à service complet de l'industrie des services alimentaires 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 de nouveaux exploitants éventuels du marché. Chacun des établissements de la Société concurrence d'autres services alimentaires commerciaux dans le même secteur géographique. La concurrence, dans sa perspective la plus large, comprend les

restaurants, les comptoirs de livraison et de commandes à emporter, y compris les livraisons de boîtes de « prêt-à-cuisiner », les cafés, les cantines mobiles, les dépanneurs, les charcuteries et les supermarchés. Chaque établissement de la Société concurrence d'autres entreprises 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 35 ans dans l'industrie du franchisage de restaurants, la Société a développé une expertise et s'est bâtie une solide réputation auprès des propriétaires et de ses franchisés, ce qui lui a permis de poursuivre son expansion. MTY s'est dotée d'une équipe de gestion expérimentée et dévouée qui concilie sans relâche les intérêts des franchisés, partenaires, employés et actionnaires de la Société.
- La grande diversité de ses enseignes permet à la Société de se positionner sur une large gamme de secteurs démographiques, économiques et géographiques et d'avoir accès à de précieux renseignements commerciaux dans divers marchés. La direction est donc à même de prendre des décisions plus avisées à l'égard d'autres enseignes d'un même marché.
- L'acquisition d'une franchise des concepts de restauration rapide et à service complet de MTY requiert un investissement relativement abordable, allant de 150 000 \$ à 2 500 000 \$ 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.
- Une structure évolutive à services partagés permet à toutes les enseignes de bénéficier de la meilleure expertise en matière d'achat, de recherche et développement et de technologies de l'information comme en matière juridique, et ce pour une fraction du coût.

## **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 les partenaires de franchise de MTY. La Société estime 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 des concepts afin de créer une rentabilité durable.

- Service à la clientèle

La Société a l'intention de continuer à améliorer le service à la clientèle en recueillant les commentaires des clients et en mettant en place un système à l'égard de l'expérience client.

- Mettre à profit son offre multiconcept pour prendre de l'expansion au Canada, aux États-Unis 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.

- Être à l'affût des acquisitions

La Société entend faire de nouvelles acquisitions dans l'industrie des services alimentaires.

- Partenariat média et partenariats externes

La Société a l'intention de continuer à créer et à développer des partenariats stratégiques avec des partenaires de médias et plateformes numériques clés et à tirer parti de ses partenariats existants avec des groupeurs de services alimentaires et de livraison de sorte à accroître ses ventes par livraison. Cette initiative permet au consommateur de passer une commande de livraison au moyen de l'application et de la plateforme de son choix.

### **Nouveaux établissements franchisés et propriétaires**

La Société estime qu'il est possible de prendre de l'expansion au Canada, aux États-Unis et à l'international. Au cours de 2018, la Société s'est dotée de 702 établissements dans le cadre de ses acquisitions. Outre ces acquisitions, le réseau de la Société a ouvert 269 établissements (119 au Canada, 98 aux États-Unis et 52 à l'international) et en a fermé 425 (185 au Canada, 200 aux États-Unis et 40 à l'international). La réduction nette de 187 établissements découle de nombreux facteurs, dont la restructuration des propriétés par leurs bailleurs, les pressions concurrentielles, l'expiration des contrats de location et la fermeture d'établissements sous-performants. La direction continuera d'examiner son portefeuille de restaurants pour évaluer s'il y a lieu de fermer des établissements sous-performants ou des emplacements non stratégiques.

### **Nouvelles occasions de vente au détail**

Avec l'acquisition de Groupe restaurants Imvescor, MTY a accru substantiellement le nombre des produits vendus par l'intermédiaire d'épicerie sélectives et de détaillants, notamment Costco, Sobeys, Walmart et Loblaws. Ces produits comprennent des côtes levées Bâton Rouge, les pizzas et sauces Mikes et Thai Zone à la maison. La Société a l'intention de continuer à étendre le programme de produits de détail parmi ses diverses marques et à accroître son offre en épicerie sans pour autant concurrencer le menu de base des restaurants du réseau de la Société.

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

### Réglementation sur le tabagisme

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

### Étiquetage nutritionnel des menus

Une réglementation sur l'étiquetage nutritionnel des menus a été mise en place dans de nombreux endroits où la Société fait affaire. Cette réglementation oblige les restaurants à indiquer certaines valeurs nutritionnelles sur tous leurs menus et dans leur publicité. Les teneurs en calories et en sodium des principaux aliments sont les indications les plus usuelles exigées.

### **Critères de placement**

La Société place d'ordinaire ses surplus de trésorerie, lorsque c'est possible, 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. La Société est confrontée à la concurrence croissante des livraisons à domicile, dont les boîtes de « prêt-à-cuisiner » commandées en ligne, qui offrent au consommateur des aliments qu'ils peuvent cuisiner à la maison. 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 préféraient l'ancien concept et son menu ; elle peut aussi être incapable d'attirer un nouvel achalandage suffisant à générer le revenu nécessaire pour rendre ce concept rentable. De la même façon, après avoir modifié son concept, la Société peut se retrouver avec des concurrents différents ou supplémentaires face à la clientèle visée et pourrait être incapable de rivaliser avec ceux-ci. La réussite de la Société dépend aussi de nombreux facteurs ayant une incidence sur les dépenses discrétionnaires du consommateur, dont la conjoncture économique, le revenu disponible du consommateur et son niveau de confiance. Des changements préjudiciables touchant ces facteurs pourraient réduire l'achalandage ou imposer des limites pratiques sur les prix, l'un et l'autre étant susceptibles de réduire le chiffre d'affaires et les résultats d'exploitation.

### **Concurrence d'autres franchiseurs**

Que ce soit pour augmenter sa part de marché ou réaliser des acquisitions, la Société est en concurrence avec d'autres sociétés, y compris avec d'autres importants franchiseurs qui disposent de vastes ressources humaines, financières, technologiques et commerciales et dont les enseignes jouissent à la fois d'une grande reconnaissance et de notoriété. Rien ne garantit que la Société soit en mesure de répondre aux divers facteurs concurrentiels qui auront une incidence sur ses activités de franchisage.

### **Environnement économique**

L'entreprise de la Société est tributaire des 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. La rentabilité de la Société et le cours de ses actions peuvent souffrir de bouleversements de l'économie, du crédit et des marchés financiers. Les hypothèses de planification actuelles de la Société prévoient que l'industrie de la restauration sera affectée par le climat d'incertitude économique qui traverse

présentement certaines régions où elle fait affaire. Cependant, la direction juge qu'aucune situation économique se déroulant dans un cycle normal n'aura de conséquences majeures sur la Société pour les raisons suivantes : 1) la Société dispose de forts flux de trésorerie 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 de l'entreprise**

La durabilité et la croissance de l'entreprise 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 concurrents 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 compétent 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.

### **Brèches de sécurité et renseignements personnels confidentiels**

L'entreprise de la Société nécessite la collecte, la transmission et le stockage de volumes importants de données sur les clients, les franchisés et les employés, y compris des numéros de cartes de crédit et de débit et d'autres renseignements permettant d'identifier une personne, dans divers systèmes de technologie de l'information que la Société ou des sous-traitants de la Société utilisent afin de fournir des services. Assurer l'intégrité et la protection de ces renseignements est essentiel à la Société. Par ailleurs, les clients, les franchisés et les employés de la Société s'attendent fortement à ce que la Société et ses prestataires de services leur assurent une protection adéquate de leurs renseignements personnels.

Les exigences de la réglementation gouvernementale en matière d'information, de sécurité et de confidentialité sont de plus en plus importantes. Les systèmes de la Société peuvent être incapables de répondre à ces exigences évolutives et aux attentes des clients, franchisés et employés ou peuvent nécessiter du temps ou des investissements supplémentaires importants pour ce faire. Le piratage ou l'attaque des mesures de sécurité, un dysfonctionnement des systèmes ou de logiciels, des virus, une erreur d'un utilisateur ou la publication accidentelle de données, tous menacent les systèmes d'information et registres de la Société et de ses prestataires de services. Une brèche de sécurité dans les systèmes de technologie de l'information de la Société ou dans ceux de ses prestataires de services pourrait entraîner une interruption de l'exploitation des systèmes qui entraverait l'efficacité opérationnelle ou aboutirait à une perte de rentrées ou de profits. Par ailleurs, l'accès aux renseignements personnels des clients ou à d'autres données exclusives, leur vol, leur perte ou leur appropriation illicite ou d'autres brèches des systèmes de technologie de l'information de la Société peuvent occasionner des amendes, des réclamations ou des poursuites en justice, y compris des enquêtes et sanctions réglementaires, ou engager la responsabilité pour non-respect des lois sur la protection de la vie privée et la sécurité de l'information. Ces situations peuvent perturber les activités de la Société, entacher sa réputation et l'exposer à des réclamations de la part de ses clients et employés, ce qui pourrait avoir une incidence négative importante sur la situation financière de la Société et ses résultats d'exploitation.



## **Toxi-infections alimentaires**

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

## **Propriété intellectuelle**

La capacité de la Société de maintenir ou d'accroître ses résultats d'exploitation sera tributaire de son aptitude à maintenir ses diverses « identités 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 ses identités de marque. Une utilisation inadéquate de ses marques de commerce et autres droits de propriété intellectuelle au Canada, aux États-Unis et à l'international 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 entraver ses projets d'expansion.

## **Expérience client**

La Société a mis en place des procédures de contrôle de la qualité tant internes qu'externes pour s'assurer d'un service à la clientèle satisfaisant.

Les contrôles de la qualité internes incluent une formation formelle du franchisé et du personnel ainsi que des systèmes de soutien étendus comprenant des directeurs régionaux de l'exploitation et une infrastructure de services partagés. De plus, la Société offre un service continu d'audit de soutien du restaurant, des formations et programmes en santé et sécurité à l'intention du personnel et des programmes de prévention des pertes.

Les contrôles de qualité externe sont spécifiques à la marque et comprennent un programme de clients mystères dirigé par un tiers indépendant, aux termes duquel des clients mystères rendent compte de restaurants sur une base régulière; un programme de rétroactions clients cogéré par la Société et un tiers et visant à encourager les commentaires des clients, ainsi que des audits opérationnels et de sécurité alimentaire réalisés par des sociétés d'audit indépendantes.

## **Dépendance à l'égard des technologies de l'information**

La Société s'appuie fortement sur des systèmes d'information, notamment pour le traitement par points de vente dans ses restaurants, la gestion de ses chaînes d'approvisionnement, la comptabilité, le paiement de ses obligations, la collecte des transactions en trésorerie, par carte de crédit et par cartes de débit ainsi qu'à l'égard d'autres procédures et procédés.

La capacité de la Société de gérer effectivement et efficacement son entreprise dépend pour beaucoup de la fiabilité et du rendement de ces systèmes d'information. Les activités de la Société sont tributaires de sa capacité de protéger ses équipements et systèmes informatiques contre les dommages résultant d'un vol, d'un incendie, d'une baisse de tension, d'une panne des dispositifs de télécommunication ou d'autres événements catastrophiques. Comme la Société continue de croître, l'efficacité de ses systèmes d'information dépendra de la capacité de la Société de les mettre à niveau ou de les faire migrer vers de nouvelles plateformes. Le défaut de répondre à la demande peut occasionner des interruptions et des délais tant dans les affaires de la Société qu'au niveau du service à la clientèle ou réduire l'efficacité de ses activités.

## **Coûts des produits de base, coûts et pénurie 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 affecte 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. En 2018, la Société a connu des pénuries de personnel qui ont forcé certains restaurants à réduire leurs heures d'ouverture. Les pénuries de personnel ont également amené la Société à refuser de nouveaux contrats dans son usine de traitement des aliments puisqu'elle ne disposait pas du personnel nécessaire à la mise en œuvre de nouvelles lignes de production.

## **Atteintes à la réputation de la Société**

On constate une hausse marquée de l'utilisation des réseaux sociaux et d'autres canaux similaires, dont les blogues, les sites de réseaux sociaux et d'autres formes de communications via Internet qui permettent de rejoindre un vaste auditoire de consommateurs et d'autres personnes intéressées. La disponibilité et l'impact de l'information véhiculée sur les plateformes de média social sont pratiquement immédiats et de nombreuses plateformes publient le contenu généré par les utilisateurs sans le filtrer ou effectuer une vérification indépendante de l'exactitude du contenu affiché. La possibilité de diffuser de l'information, y compris de l'information inexacte, est apparemment illimitée et à portée de la main. De l'information concernant la Société ou l'une ou plusieurs de ses enseignes peut s'afficher sur de telles plateformes à tout moment. Le contenu diffusé pourrait être contraire aux intérêts de la Société ou être inexact, ce qui, dans un cas comme dans l'autre, pourrait nuire au rendement, aux perspectives ou aux activités de la Société. Les dommages pourraient être immédiats, ne laissant aucune chance à la Société de redresser la situation ou de rectifier les faits. Ultimement, les risques liés à une telle publicité négative ou à telle information inexacte ne peuvent être complètement éliminés ou aplanis et peuvent nuire de façon importante à la réputation, à l'entreprise, à la situation financière et aux résultats d'exploitation de la Société.

## **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.

## **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 ont aussi une incidence sur les coûts de certains produits nécessaires aux activités des établissements propriétaires et des franchises de la Société, ce qui peut se répercuter sur la rentabilité de leurs activités.

### **Taux d'intérêt**

La Société dispose actuellement d'une facilité de crédit renouvelable autorisée de 500 millions de dollars. Au 30 novembre 2018, des tirages totalisant 256,1 millions de dollars avaient été effectués, tous sujets aux variations à court terme des taux d'intérêt au Canada. 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 une incidence importante sur la rentabilité de la Société.

### **Litiges, recours collectifs et autres différends éventuels**

La Société peut faire l'objet de plaintes ou de poursuites 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 contrats de location où elle agit en qualité de locataire, et elle peut aussi faire l'objet de réclamations de franchisés actuels ou passés pour des motifs variés. La Société peut également faire l'objet de réclamations de la part de ses actionnaires ou de ses prêteurs pour diverses raisons. 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.

### **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.

### **Contrats de location et renouvellement de contrats de location**

Au 30 novembre 2018, la Société avait conclu 1 309 contrats de location avec divers propriétaires fonciers au Canada et 639 avec des propriétaires fonciers aux États-Unis. Ces baux constituent des obligations locatives s'élevant à 734,8 millions de dollars, dont 670,9 millions de dollars en sous-locations à des franchisés. La majorité des contrats sont à long terme ; ils s'étendent généralement sur 5 à 10 ans. Certains prévoient un droit de renouvellement conditionnel à ce que le locataire continue de respecter les conditions du contrat de location. Même si elle remplit ses obligations, rien ne garantit que la Société puisse renouveler ces contrats de location 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. Vingt (20) propriétaires fonciers dont la Société occupe 10 emplacements ou plus détiennent ou gèrent 607 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 et climat**

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. Le chiffre d'affaires réseau varie au fil des saisons; en janvier et février, il est historiquement inférieur à la moyenne du fait des conditions climatiques; de mai à août, il est historiquement supérieur 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. Avec l'addition de Cold Stone Creamery, qui est extrêmement saisonnière et qui constitue maintenant l'enseigne la plus importante de MTY, les fluctuations saisonnières devraient continuer de s'amplifier à l'avenir. Les ventes des établissements situés dans des centres commerciaux sont également supérieures à la moyenne en décembre, durant la période du magasinage des Fêtes.

L'industrie de la restauration est sensible au climat et aux conditions saisonnières. Des conditions météorologiques défavorables ou inhabituelles peuvent être préjudiciables aux activités du secteur de la restauration, alors que le beau temps favorise l'affluence des clients dans les établissements de la Société, particulièrement au cours de la saison estivale, dans le cas des restaurants qui disposent de terrasses ou de tables à l'extérieur. Par ailleurs, des congés et certaines célébrations ont aussi une incidence, tant positive que négative, sur les habitudes de la clientèle des restaurants.

Leur dépendance à l'égard de livraisons régulières de produits frais et d'épicerie expose les entreprises du secteur de la restauration au risque que des pénuries ou la suspension des approvisionnements dues à des conditions météorologiques hostiles puissent avoir un effet fâcheux sur la disponibilité, la qualité et le coût des ingrédients. Une période de froid extrême accroît la consommation d'électricité et peut également entraîner une hausse des prix du mazout et du gaz naturel, ce qui pourrait se traduire par une augmentation marquée de la facture rattachée à ces services pour les établissements de la Société. Une période de canicule donnera lieu à des coûts de climatisation plus élevés. L'une ou l'autre de ces conséquences de conditions météorologiques défavorables ou inhabituelles, tout comme la perturbation de l'alimentation en eau ou en électricité, peuvent compromettre l'exploitation des établissements de la Société en accroissant leurs charges opérationnelles ou en réduisant leurs produits d'exploitation.

#### **Maintien d'un niveau de rentrées adéquat de la part des franchisés**

Le défaut de toucher des franchisés, fournisseurs, propriétaires immobiliers et autres clients de la Société des flux de trésorerie adéquats, 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. Les 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.

Certains franchisés rapportent leur chiffre d'affaires à la Société sur une base continue par le biais de divers moyens de communication. Cependant, rien ne garantit que les chiffres d'affaires indiqués par les franchisés soient exacts et conformes aux conditions des contrats de franchise visés, ce qui pourrait avoir un effet défavorable sur les produits et flux de trésorerie.

#### **Incidence de changements aux taxes de vente**

L'application de nouvelles taxes de vente sur les ventes réalisées par des restaurants pourrait avoir un effet défavorable sur le chiffre d'affaires des restaurants visés. Une augmentation du taux des taxes de vente actuelles pourrait avoir une incidence défavorable sur le revenu disponible des consommateurs et par conséquent, sur leur fréquentation des restaurants en général et sur le chiffre d'affaires des établissements visés 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, entre autres, se modifient, rien ne peut garantir que les emplacements ou concepts 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.

## Établissements à l'étranger

Avec l'accroissement de ses activités internationales, MTY s'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 bénéficiaires ou des taxes de vente peuvent avoir un effet préjudiciable sur la Société.

## Dépendance de la Société à l'égard des franchiseurs des concepts TCBY<sup>MD</sup>, Rocky Mountain Chocolate Factory<sup>MD</sup> et Au Vieux Duluth<sup>MD</sup>

La Société agit en qualité de franchisé des franchiseurs en vertu de conventions 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<sup>MD</sup>, Rocky Mountain Chocolate Factory<sup>MD</sup> et TCBY<sup>MD</sup>, 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.

## 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, les 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

En 2010, la Société a établi une ligne de conduite en matière de dividendes et payé un premier dividende trimestriel en novembre 2010 (pour les particularités, se reporter à la rubrique « Politique en matière de dividendes » ci-dessous). Par la suite, elle a réévalué le montant des dividendes trimestriels en janvier de chaque année. Les administrateurs de la Société déterminent, en se fondant sur la situation financière de la Société à ce moment, s'il y a lieu de déclarer et de payer des dividendes et à quelle date. 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 2019. Selon cette politique, la Société a l'intention de payer un dividende trimestriel s'élevant à 16,5 ¢ par action en 2019 (15 ¢ par action en 2018) 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 la pertinence. Telle que conçue, la politique en matière de dividendes offre la souplesse nécessaire pour continuer à investir dans la croissance de la Société tout en apportant un rendement à ses actionnaires.

Le 21 janvier 2019, la Société a annoncé qu'elle avait l'intention d'augmenter son dividende trimestriel à 16,5 ¢ en 2019. Le dividende de 16,5 ¢ doit être payé le 15 février 2019 aux actionnaires inscrits aux registres de la Société à la fermeture des bureaux le 1<sup>er</sup> février 2019.

## 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, 25 169 778 actions ordinaires (21 374 497 au 30 novembre 2017) sont émises et en circulation.

## FACILITÉS DE CRÉDIT

La Société dispose d'une facilité de crédit renouvelable autorisée de 500 millions de dollars. Les taux d'intérêt sur cette facilité varient 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. La facilité de crédit renouvelable échet en juillet 2021.

La facilité comporte les conditions restrictives suivantes :

- Le ratio dette-BAIIA doit être inférieur à 3,00 : 1,00.
- Le ratio de couverture des frais fixes doit être de 2,00 : 1,00 en tout temps.

Au 30 novembre 2018, la Société remplissait ces conditions restrictives.

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.

La facilité de crédit renouvelable est remboursable sans pénalité et ne fait l'objet d'aucun remboursement trimestriel minimum.

## 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 pendant le dernier exercice financier complet :

Date	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume
Décembre 2017	56,55	51,00	876 680
Janvier 2018	56,60	51,67	786 610
Février 2018	53,98	48,96	1 220 820
Mars 2018	52,33	50,10	980 780
Avril 2018	51,50	46,06	1 084 750
Mai 2018	50,89	44,97	1 092 080
Juin 2018	51,50	47,87	729 670
Juillet 2018	57,54	49,00	1 246 760

Date	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume
Août 2018	61,34	55,10	961 320
Septembre 2018	66,06	59,80	2 678 120
Octobre 2018	70,16	60,47	2 896 780
Novembre 2018	73,19	64,23	2 117 000

### Placements antérieurs

Durant le plus récent exercice financier complet, MTY n'a émis aucune action qui ne soit pas inscrite ou cotée sur un marché. Au cours de l'exercice clos le 30 novembre 2018, MTY a émis 3 795 281 actions en contrepartie partielle de l'acquisition de Groupe restaurants Invescor inc.

Aucune option sur action n'a été émise par la Société au cours de l'exercice clos le 30 novembre 2018. Le tableau qui suit renseigne sur les options sur actions attribuées par MTY au cours de l'exercice clos le 30 novembre 2017 :

Date d'attribution	Nombre d'options attribuées	Échéancier d'acquisition des droits	Prix d'émission ou d'exercice	Expiration
11 avril 2017	200 000	10 ans	48,48 \$	10 ans

Chaque option donne droit à son porteur d'acquies une action ordinaire. Chaque option expire dix (10) ans à compter de la date de son attribution. Les options sont acquies par tranches; 1/9 des options attribuées sont acquies et peuvent être exercées annuellement à compter du second anniversaire de leur attribution.

### 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 ou état et pays de résidence	Poste au sein de la Société	Administrateur ou membre de la haute direction :
Murat Armutlu <sup>1)</sup> Québec, Canada	Administrateur	Depuis le 6 mai 2005
Stanley Ma Québec, Canada	Président du conseil et administrateur	Du 2 décembre 1993 au 30 juin 1996 et depuis le 30 mai 1997
David Keith Wong <sup>1)</sup> Colombie-Britannique, Canada	Administrateur	Depuis le 9 février 2011
Claude St-Pierre Québec, Canada	Secrétaire et administrateur	Du 6 mai 1994 au 7 août 1995 et depuis le 9 octobre 1996
Dickie Orr <sup>1)</sup> Colombie-Britannique, Canada	Administrateur	Depuis le 2 mai 2011
Gary O'Connor <sup>1)</sup> Québec, Canada	Administrateur	Depuis le 1 <sup>er</sup> mars 2018
Éric Lefebvre Québec, Canada	Chef de la direction <sup>2)</sup> et administrateur	Depuis le 5 novembre 2018 et depuis le 28 mai 2018
Renée St-Onge Québec, Canada	Chef de la direction financière <sup>3)</sup>	Depuis le 5 novembre 2018
Marc Benzacar Québec, Canada	Chef de l'exploitation, Restauration rapide haut de gamme <sup>4)</sup>	Depuis le 5 novembre 2018
Jason Brading Québec, Canada	Chef de l'exploitation, Restaurants à service rapide <sup>5)</sup>	Depuis le 5 novembre 2018

Nom, province ou état et pays de résidence	Poste au sein de la Société	Administrateur ou membre de la haute direction :
Marie-Line Beauchamp Québec, Canada	Chef de l'exploitation, Salles à manger <sup>6)</sup>	Depuis le 1 <sup>er</sup> mars 2018
Jeff Smit Arizona, États-Unis	Chef de l'exploitation, Activités aux États-Unis <sup>7)</sup>	Depuis le 25 juillet 2016

1) Membre du comité d'audit.

2) Le 5 novembre 2018, M. Éric Lefebvre a été nommé chef de la direction. Auparavant, M. Lefebvre occupait le poste de chef de la direction financière.

3) Le 5 novembre 2018, M<sup>me</sup> Renée St-Onge a été nommée chef de la direction financière. Auparavant, M<sup>me</sup> St-Onge occupait le poste de contrôleur.

4) Le 5 novembre 2018, M. Marc Benzacar a été nommé chef de l'exploitation, Restauration rapide haut de gamme. Auparavant, M. Benzacar occupait le poste de vice-président de marque.

5) Le 5 novembre 2018, M. Jason Brading a été nommé chef de l'exploitation, Restaurants à services rapides. Auparavant, M. Brading occupait le poste de vice-président de marque.

6) Le 1<sup>er</sup> mars 2018, la Société a acquis Groupe restaurants Imvescor inc.; M<sup>me</sup> Marie-Line Beauchamp y occupait le poste de chef de la direction et a continué d'occuper ce poste après l'acquisition. En juin 2018, elle a été nommée chef de l'exploitation, Salles à manger.

7) Le 25 juillet 2016, la Société a acquis Kahala Brands Itée; M. Smit en était le chef de l'exploitation et il a continué d'occuper ce poste après l'acquisition à l'égard de toutes les activités de la Société aux États-Unis.

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

### Indépendance des administrateurs

Éric Lefebvre n'est pas un administrateur indépendant étant donné les liens importants qui découlent de son poste au sein de la haute direction de la Société en 2018.

Stanley Ma et Claude St-Pierre ne sont pas des administrateurs indépendants étant donné les liens importants qui découlent de leur poste au sein de la haute direction de la Société jusqu'au 2 novembre 2018 et de leur qualité d'employés de la Société par la suite.

Les quatre autres administrateurs, Murat Armutlu, Gary O'Connor, Dickie Orr et David K. Wong 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'une modification du nombre des administrateurs nécessaires à 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 5 603 353 actions ordinaires de la Société, soit 22,26% 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 19,41% des actions ordinaires émises et en circulation de la Société. Pendant l'exercice clos le 30 novembre 2018, M. Ma a reçu un salaire s'élevant à 435 512 \$ 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 2018, 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 2018.

### **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, 9<sup>th</sup> 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 Tremblac Canada limitée/Tremblac 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<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> 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. Convention de franchise maîtresse intervenue le 6 novembre 2009 et modifiée le 17 mai 2016 permettant aux établissements de Tim Hortons d'offrir les produits de Cold Stone Creamery et aux établissements de Cold Stone Creamery d'offrir les produits de Tim Horton. Les droits, irrévocables et non exclusifs, ne s'appliquent aux établissements à double enseigne. L'entente est valide tant que les établissements à double enseigne sont en activité et tant que les dispositions de l'entente sont respectées. Les deux parties disposent d'un droit de résiliation de la convention.
5. Régime d'options sur actions daté du 16 mars 2016. À la date de la présente notice annuelle, 200 000 options sont en circulation.
6. La Société a modifié ses facilités de crédit existantes auprès d'un syndicat de prêteurs pendant l'exercice. La modification porte sur une augmentation de la facilité de crédit renouvelable, dont la limite autorisée est désormais de 500 millions de dollars (30 novembre 2017 – 305 millions \$). La facilité est garantie par une hypothèque mobilière sur la plupart des éléments d'actif de la Société.

## INTÉRÊTS DES EXPERTS

PricewaterhouseCoopers, s.r.l., une société de comptables professionnels agréés (« PwC »), est l'auditeur externe de la Société depuis le 27 mars 2017 et a préparé le Rapport de l'auditeur indépendant daté du 14 février 2019 à l'égard des états financiers consolidés audités de la Société pour l'exercice clos le 30 novembre 2018. Le Rapport de l'auditeur indépendant à l'égard des états financiers consolidés audités de la Société pour l'exercice clos le 30 novembre 2017 avait été préparé par Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. Au 14 février 2019, PwC, s.r.l. est 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 Groupe d'Alimentation MTY inc. (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 <sup>1)</sup>	Compétent en matière financière <sup>2)</sup>
David K. Wong	Indépendant <sup>1)</sup>	Compétent en matière financière <sup>2)</sup>
Dickie Orr	Indépendant <sup>1)</sup>	Compétent en matière financière <sup>2)</sup>
Gary O'Connor	Indépendant <sup>1)</sup>	Compétent en matière financière <sup>2)</sup>

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 :

**Murat Armutlu, CPA, CA** : M. Armutlu est comptable professionnel agréé et a agi en qualité de chef de la direction financière 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.

**David K. Wong** : M. Wong a plus de 20 ans d'expérience dans le domaine des placements publics et privés de titres de capitaux propres, tant sur les marchés nationaux qu'internationaux. Il est présentement directeur général de DK Wong & Associates Inc., un cabinet-conseil spécialisé qui assiste les entrepreneurs dans la réalisation d'une restructuration ou dans la recherche de capitaux d'investissement ou de sociétés intéressées par une acquisition ou une fusion. Auparavant, M. Wong a agi en qualité de directeur de la recherche en technologie auprès d'Avenir Capital Corp., d'analyste en technologie auprès de Canaccord Capital Corp. et d'analyste auprès de C.M. Oliver & Co. Itée. 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 de la section régionale de Vancouver de l'ACG.

**Dickie Orr** : M. Orr a plus de 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.

**Gary O'Connor, CPA, CA** : M. O'Connor a siégé au conseil d'administration de Groupe restaurants Imvescor inc. de mars 2014 à mars 2018. Il a été associé au sein du cabinet KPMG pendant plus de 40 ans, soit de 1968 à 2012, et dispose d'une vaste expérience tant auprès de sociétés inscrites à la SEC qu'auprès de sociétés ouvertes canadiennes et tant auprès des propriétaires exploitants qu'auprès d'organisations à but non lucratif. M. O'Connor a œuvré dans le domaine de la vente au détail (Reitmans Canada et Henry Birks), des produits de consommation (Les Industries Dorel inc.) et des institutions financières (Banque de Montréal, Montreal Trust, Roynat) ainsi qu'auprès de nombreux manufacturiers et entreprises de distribution. Au cours de sa carrière, il a occupé divers postes de gestion, dont la direction d'une équipe d'audit comptant 65 professionnels. Il a aussi été membre de divers comités d'entreprise, dont le Comité de développement professionnel et le Comité d'audit des systèmes de technologie de l'information. M. O'Connor a été membre du conseil des fiduciaires d'une fondation privée associée à l'Université Concordia de 2003 à 2017 et il est membre de l'Ordre des comptables professionnels du Québec. Il détient un baccalauréat en commerce (comptabilité) de l'Université Concordia.

## 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 prévalué en aucun temps au cours de son plus récent exercice complet de la dispense visée par le paragraphe 2.4 de la Norme canadienne 52-110 (Services non liés à l'audit de valeur minime), non plus qu'elle ne

s'est prévalué 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

Le 27 mars 2018, la Société a remplacé son auditeur externe indépendant et le conseil d'administration a retenu les services de PwC en qualité d'auditeur successeur de Deloitte, s.r.l.

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 :

Honoraires globaux facturés par PwC

Exercice clos le 30 novembre	Honoraires d'audit	Honoraires pour services liés à l'audit	Honoraires pour services fiscaux <sup>(1)</sup>	Autres honoraires
2018	\$853,000	-	\$139,000	-

<sup>(1)</sup> Honoraires pour conseils fiscaux et planification fiscale.

Honoraires globaux facturés par Deloitte, s.r.l

Exercice clos le 30 novembre	Honoraires d'audit	Honoraires pour services liés à l'audit	Honoraires pour services fiscaux <sup>(1)</sup>	Autres honoraires
2017	\$1,094,000	\$10,000	\$318,200	-

<sup>(1)</sup> Honoraires pour conformité fiscale, conseils fiscaux et planification fiscale.

### INFORMATION COMPLÉMENTAIRE

Des renseignements complémentaires sur la Société peuvent être trouvés sur SEDAR à l'adresse [www.sedar.com](http://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.