



# RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE MTY

---

2021



### PASTA

- pomodoro**  
salsiccia, olive, funghi, basil, grano duro, nel sugo 10
- cacio e pepe**  
pecorino, pecorino, caciocavallo 10
- carbonara**  
uovo, pancetta, salsiccia 12
- norma**  
uovo, ricotta, melanzane, olio 13
- per...

### ANTIPASTI

- garlic crostini**  
mozzarella, pesto 5
- bruschetta lunghi**  
crostini, olio extravergine, grano duro, tomatina, grana 8
- calamari**  
uovo, melanzane, patate, formaggio, tomatina 10
- charcuterie**  
mozzarella, pancetta, tomatina, melanzane, pecorino, tomatina 12

### DESSERT

- cioccolato di font**  
cioccolato, crema, frutta 10
- ricotta e frutta**  
ricotta, frutta, zucchero 8
- panna e frutta**  
panna, frutta, zucchero 8

# TABLE DE MATIÈRES

## INTRODUCTION

- 4 À propos du présent rapport
- 5 Message du chef de la direction, Éric Lefebvre
- 6 À propos de MTY
- 8 Les bannières MTY
- 9 Réponse de MTY à la COVID-19
- 10 Matérialité

## LA NOURRITURE

- 12 Priorités et contrôles en matière de la chaîne d'approvisionnement
- 13 Salubrité des aliments
- 14 Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments
- 15 Éducation et formation
- 16 Programmes et certifications en matière d'hygiène et salubrité des aliments
- 17 Audits
- 18 Plan de communication et de rappel de produits
- 18 Traitement des plaintes
- 19 Conception de recettes et valeur nutritionnelle
- 20 Marketing et communications
- 21 Feuille de route de notre pilier nourriture

## LA PLANÈTE

- 23 Nos stratégies et approches de gestion pour la planète
- 24 Emballages
- 25 Échéancier des objectifs liés aux emballages canadiens
- 26 Bien-être animal
- 27 Gestion des déchets
- 28 Feuille de route de notre pilier planète

## LES GENS

- 30 Notre conseil d'administration
- 32 Équipe de la haute direction
- 33 Approche de gestion et politiques connexes
- 34 Les membres du comité ESG de MTY
- 35 Mobilisation des parties prenantes
- 36 Nos priorités en ce qui concerne les gens
- 37 Culture et développement de carrière
- 39 L'acquisition et la rétention des talents et le roulement de personnel
- 41 Culture et diversité, équité et inclusion
- 42 Avantages sociaux
- 43 Soutien aux franchisés
- 44 Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY
- 45 Soutien aux collectivités
- 46 Cybersécurité et protection des données
- 49 Feuille de route pour notre pilier gens
- 50 Énoncés prospectifs

## ÉNONCÉS PROSPECTIFS

## SASB & GRI INDEX

# À PROPOS DU PRÉSENT RAPPORT

Groupe d'Alimentation MTY inc. (« MTY » ou la « Société ») accorde une grande importance au développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs et donc nous sommes fiers de présenter le premier rapport de MTY sur le développement durable.

Les données du rapport ont été recueillies auprès du siège social, d'établissements exploités par la Société et de certains franchisés. Le rapport porte sur les initiatives entreprises durant l'exercice 2021 et présente notre feuille de route pour les prochaines années. Les données présentées dans ce document portent sur l'exercice financier se terminant le 30 novembre 2021. Il a fait l'objet d'un examen et d'une approbation en bonne et due forme de la part du conseil d'administration, qui confirme que les enjeux les plus importants pour MTY ont été abordés. Nous avons l'intention de publier notre prochain rapport de développement durable en 2023, afin de présenter nos initiatives de 2022. Les rapports subséquents seront publiés annuellement.

Le présent rapport est conforme aux normes de présentation d'informations de la Sustainability Accounting Standards Board (SASB) et de la Global Reporting Initiative (GRI). Il a été préparé en conformité avec les normes GRI : option de conformité essentielle. La SASB et la GRI publient des normes complémentaires en matière de développement durable qui répondent aux besoins de nos différentes parties prenantes internes et externes.

Pour toute question ou commentaire au sujet de ce rapport, veuillez nous joindre par courriel via [sustainability@mtygroup.com](mailto:sustainability@mtygroup.com).

<sup>1</sup> Dans la totalité de ce rapport, les références à MTY peuvent inclure des activités réalisées par des filiales de Groupe d'Alimentation MTY inc.

# MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION, ÉRIC LEFEBVRE

Nous sommes ravis de présenter notre premier rapport sur les principaux facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) qui présente les progrès que nous avons accomplis sur ces plans durant l'exercice 2021 ainsi que nos prochains engagements en la matière. Même si le présent rapport est publié alors que nous sortons d'une crise mondiale engendrée par la COVID-19, celle-ci continue d'avoir des répercussions sur nous et sur les diverses crises humanitaires qui touchent des millions de personnes sur la planète.

Dans une période de la sorte, nous nous concentrons sur nos gens, autrement dit nos collègues, clients, partenaires commerciaux et actionnaires. Nous avons fait de nos gens une priorité en créant des emplois. En 2021, près de 100 000 personnes travaillaient dans les établissements de nos franchisés à l'échelle mondiale. Nous avons



GRI 102-14

aussi accordé la priorité à nos gens en appuyant les collectivités. MTY a aidé plusieurs organismes de bienfaisance en les soutenant financièrement ou en faisant don de nourriture et de services.

Les principes ESG sont profondément ancrés dans les valeurs de notre organisation, mais la décentralisation de notre entreprise complexifie la déclaration de nos réalisations, objectifs et progrès à cet égard. Le présent rapport est le fruit d'efforts considérables visant à rassembler des données et à harmoniser des objectifs à l'échelle de nos activités tout en préservant l'esprit d'entrepreneuriat et la prise de décisions décentralisée qui contribuent à la réussite de MTY depuis plus de quatre décennies.

Pour aider à bien progresser dans la mise en œuvre de notre initiative ESG, nous avons mis sur pied une équipe interfonctionnelle composée de personnes formidables issues de toutes les divisions qui est chargée de faire rapport de nos réalisations et de fixer des objectifs uniformes qui s'appliquent à toutes nos unités d'exploitation.

Les restaurants sont des entreprises communautaires et il nous importe donc d'avoir des impacts positifs dans les collectivités au sein desquelles MTY et ses fournisseurs exercent leurs activités. Étant donné que les ressources naturelles et sociales mondiales ne sont pas illimitées, il est plus que jamais essentiel de privilégier une approche durable pour assurer la continuité de nos activités et la santé de notre Société.

Nos objectifs sont axés sur trois piliers : les gens, la planète et la nourriture. Nous avons précisé des objectifs et des jalons pour chacun de ces piliers qui nous permettront de mesurer les progrès réalisés tout en gardant le cap sur nos objectifs à long terme.

Il s'agit de notre premier rapport et nous sommes fiers du travail accompli jusqu'à maintenant. Cela étant dit, force est d'admettre qu'il reste beaucoup à faire, de sorte que l'établissement d'objectifs nous aidera dans notre parcours vers l'amélioration continue. Tandis que nous faisons des progrès notables sur certains aspects, de nouvelles priorités se dessineront et nos objectifs ESG seront revus conformément à l'environnement changeant dans lequel nous évoluons.

Notre équipe est résolue à trouver des solutions à court, moyen et long terme et cet engagement nous laisse entrevoir avec optimisme l'impact que nous aurons sur l'avenir.

Cordialement,

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form the name 'Éric Lefebvre'.

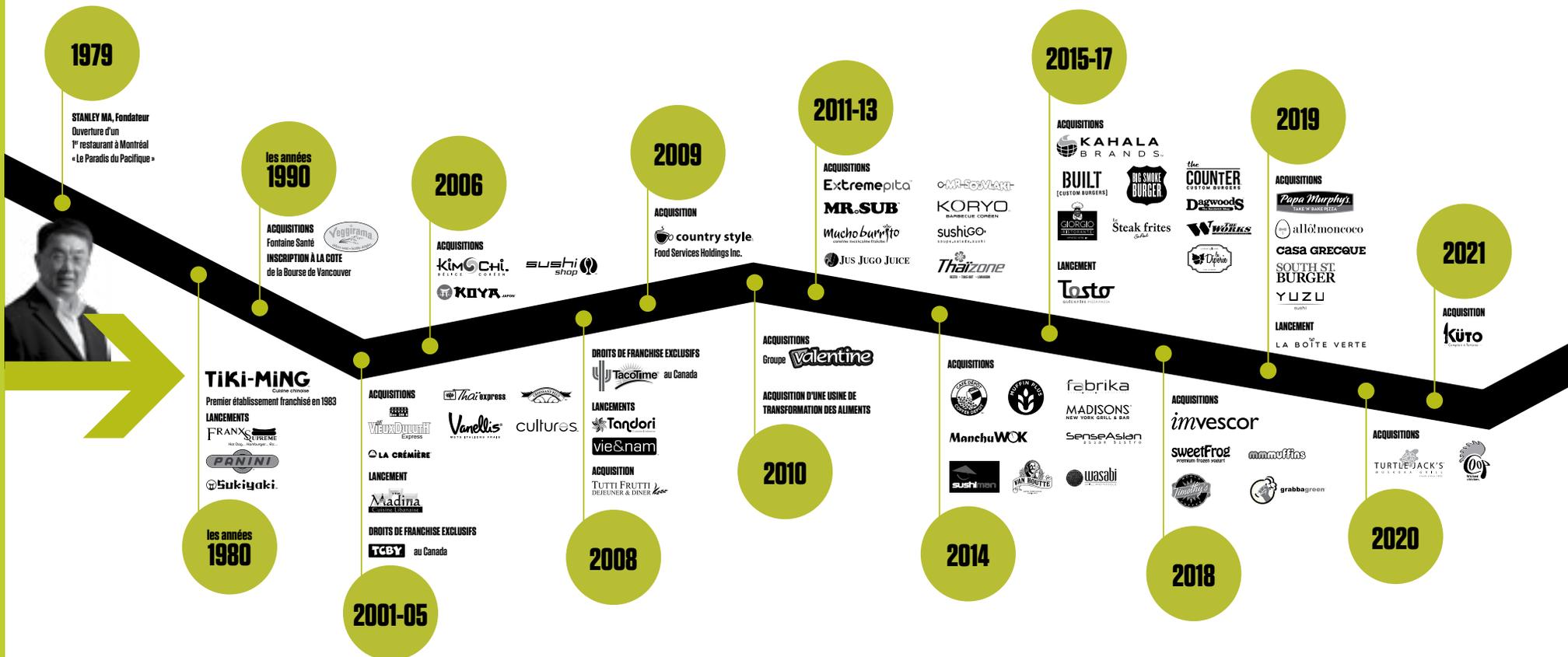
**Éric Lefebvre, CPA, MBA**

Chef de la direction

# À PROPOS DE MTY

## NOS DÉBUTS ET QUI SOMMES-NOUS

En 1979, Stanley Ma, fondateur du Groupe MTY, ouvre son premier restaurant à service complet, *Le Paradis du Pacifique*, qui offre une cuisine chinoise et polynésienne. En 1983, il a développé la bannière Tiki Ming, un concept d'aire de restauration, offrant une cuisine chinoise fraîchement préparée à un large éventail de clients. Il s'agissait du premier concept de restauration rapide de MTY et nous sommes fiers de souligner qu'il fait toujours partie des 79 bannières de notre portefeuille.





**NOS BUREAUX CORPORATIFS ET USINES DE FABRICATION**



GRI 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7 Les données rapportées couvrent l'exercice se terminant le 30 novembre 2021.

**NOS EMPLACEMENTS**

MTY est cotée à la Bourse de Toronto, sous le symbole « MTY ». Notre siège social est situé à Saint-Laurent (Québec) et nos autres bureaux sont situés à Laval, à Saint-Hyacinthe et à Delson au Québec, à Richmond Hill, à Burlington et à Oakville en Ontario ainsi qu'à Calgary en Alberta, à Moncton au Nouveau-Brunswick, de même qu'à Vancouver dans l'État de Washington et à Scottsdale en Arizona. Nos usines de fabrication sont situées au Québec, plus précisément à Saint-Romuald, à Laval et à Delson. Nous sommes propriétaires-exploitants de restaurants au Canada, aux États-Unis et dans 40 autres pays à l'échelle mondiale.

**EXCELLENCE. DÉVOUEMENT. INNOVATION.**

Notre Société s'est développée autour de ces valeurs, qui sont incarnées par les membres de notre équipe, nos bannières et nos franchisés. Nous sommes une entreprise qui met l'accent sur les besoins et la réussite de nos franchisés et croyons que le succès de MTY passe par celui de ses franchisés. Nous avons donc pour mentalité d'être sensibles à l'adoption d'un modèle de franchise durable.

**LES ENGAGEMENTS ESG FONT PARTIE DE NOTRE ADN**

Cela fait déjà plus de 40 ans que MTY exploite instinctivement ses activités de manière « durable », par exemple, en faisant en sorte que nos franchisés bénéficient de conditions propices à leur rentabilité, en assurant les mêmes chances à tous les membres de notre personnel, peu importe leur genre ou leur origine ethnique, en offrant de la formation à tous nos employés et franchisés ou encore, en faisant des choix d'emballages recyclables une priorité. Ces pratiques ont toujours fait partie de notre ADN. Cependant, nous avons de plus en plus d'établissements, d'employés et de clients. Nous avons donc ressenti le besoin et la responsabilité de formaliser notre plateforme touchant les principaux facteurs environnementaux, sociaux et gouvernance (ESG) et de mettre en place un plan visant à assurer la pérennité de MTY et de toutes ses parties prenantes. Nous souhaitons prendre soin de l'environnement et de son avenir. Nous voulons bien nous occuper de nos gens. Nous tenons à servir de la bonne nourriture.

# LES BANNIÈRES MTY



# RÉPONSE DE MTY À LA COVID-19

**Tout au long de l'histoire de notre entreprise, qui s'étend sur plus de quatre décennies, nous avons fait preuve d'une grande persévérance et nous sommes sortis plus forts face aux défis. Alors que les effets de la COVID-19 se sont poursuivis en 2021, nous avons continué à nous efforcer de préserver le bien-être de nos employés, de soutenir et d'habiliter nos franchisés, de faire face à l'impact de la pandémie sur la chaîne d'approvisionnement et, enfin, de fournir des services et des produits de qualité supérieure à nos clients.**

## PROTÉGER NOS EMPLOYÉS

La sécurité et la santé de notre personnel demeure une priorité absolue. Voici quelques exemples de l'attention que nous portons à ce sujet :

- Les employés de nos bureaux corporatifs ont encore la possibilité de faire du télétravail;
- Nous surveillons de près l'évolution des directives des autorités sanitaires et les respectons;
- Nous avons bonifié la trousse d'avantages liés au mieux-être mise gratuitement à la disposition des employés, pour les aider à mieux faire face aux difficultés qu'ils ont rencontrées sur le plan personnel pendant la pandémie.

## SOUTENIR ET HABILITER NOS FRANCHISÉS

Depuis le début de la pandémie, MTY a tout mis en œuvre pour aider ses franchisés et leur offrir un éventail de soutiens. En voici des exemples :

- Aider les franchisés à demander les subventions offertes par les organismes gouvernementaux et les organisations non gouvernementales;
- Miser sur l'envergure de MTY pour contribuer à réduire les perturbations de la chaîne d'approvisionnement et collaborer avec des lobbyistes et des groupes de défense d'intérêts pour aider les gouvernements à prendre des décisions qui seront bénéfiques pour le réseau de franchisés;
- Offrir un accès centralisé aux ressources spécifiques à la réglementation COVID-19 dans plusieurs juridictions;
- Accorder de l'aide financière ou autoriser le report de paiements, si ces solutions sont nécessaires et viables;
- Négocier avec les propriétaires fonciers pour demander des allègements de loyer ou le report de loyers lorsque possible.

## FOURNIR UN SERVICE HORS PAIR ET DES PRODUITS DE QUALITÉ SUPÉRIEURE À NOS CLIENTS

L'une des priorités absolues de MTY a toujours été d'offrir un service sécuritaire et amical et des produits succulents. Nous avons donc été en mesure d'adapter rapidement nos pratiques, le cas échéant, afin de pouvoir continuer à fournir en toute sécurité des produits de qualité à nos clients pendant la pandémie. En voici des exemples :

- Mise en place d'options visant à limiter les contacts lors de la commande et la récupération de repas et application continue des mesures de distanciation physique;
- Amélioration continue de nos activités, stratégies commerciales et priorités en matière d'innovation pour répondre à la dynamique d'un marché en constante évolution, y compris des investissements accrus dans la sphère numérique et le renforcement de nos relations avec les plateformes de commande et de livraison en ligne;
- Ajustement des stratégies de marketing afin qu'elles soient plus personnalisées pour chaque client individuel au lieu de campagnes de masse;
- Adaptation des menus de livraison en fonction des attentes de la clientèle, y compris des portions familiales ou des forfaits spéciaux.

# MATÉRIALITÉ

MTY a fait appel à une société d'experts-conseils indépendante spécialisée dans le domaine ESG afin qu'elle évalue nos activités et détermine les facteurs ESG les plus importants. Dans le cadre de ce processus, des entretiens ont été menés auprès des membres de notre conseil d'administration, de notre équipe de direction et de nos parties prenantes financières.

Par ailleurs, avec un autre tiers, nous avons procédé à une évaluation de l'importance relative de nos parties prenantes internes, y compris nos équipes opérationnelles, notre département des ressources humaines, notre équipe comptable, nos départements d'approvisionnement et nos franchisés.

À la suite de ces évaluations, les six sujets ESG suivants ont été identifiés comme étant les plus importants pour notre entreprise.

- Les gens et la culture;
- La gouvernance;
- La cybersécurité et la protection des données;
- La sécurité alimentaire et la gestion de la chaîne d'approvisionnement;
- La salubrité des aliments et la qualité des produits;
- L'impact sur l'environnement.



Ce rapport explique pourquoi chaque sujet est important pour MTY, l'approche que nous adoptons pour gérer les risques et/ou les opportunités, ainsi que les indicateurs et les cibles que nous utilisons pour mesurer les résultats et fixer des objectifs.



# LA NOURRITURE

- 12 Priorités et contrôles en matière de la chaîne d'approvisionnement
- 13 Salubrité des aliments
- 14 Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments
- 15 Éducation et formation
- 16 Programmes et certifications en matière d'hygiène et salubrité des aliments
- 17 Audits
- 18 Plan de communication et de rappel de produits
- 18 Traitement des plaintes
- 19 Conception de recettes et valeur nutritionnelle
- 20 Marketing et communications
- 21 Feuille de route de notre pilier nourriture

THAI'ZONE

# PRIORITÉS ET CONTRÔLES EN MATIÈRE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT



Les équipes d'approvisionnement de MTY, qui relèvent du chef de la direction, gèrent les relations avec les fournisseurs et les distributeurs, y compris : les négociations contractuelles, la logistique de distribution, l'analyse des prix ainsi que le rapport entre les achats et les bannières au niveau de la chaîne d'approvisionnement.

Pour répondre aux besoins des bannières, ces équipes régissent des milliers d'unités de produits (SKU) auprès de plusieurs centaines de fournisseurs. Nos équipes d'approvisionnement sont donc chargées de s'assurer que nous achetons les bons produits auprès de fournisseurs fiables. Autrement dit, elles s'efforcent d'empêcher les produits et les fournisseurs non viables d'entrer dans notre système. En outre, la salubrité des aliments est primordiale. À ce titre, nous disposons de programmes de formation et d'audits afin que la sécurité alimentaire demeure une priorité. De plus, à la demande des consommateurs, MTY a la responsabilité de s'approvisionner auprès de fournisseurs bien au fait du développement durable afin de gérer efficacement notre consommation de ressources mondiales. Nous cherchons à nous approvisionner auprès de fournisseurs qui ont de solides pratiques environnementales, qui appliquent des politiques et directives en matière de bien-être des animaux et qui respectent des normes de travail équitables.

# SALUBRITÉ DES ALIMENTS

La priorité de MTY est la suivante : s'assurer que les aliments servis à nos clients sont sûrs et gérés conformément à l'ensemble des lois et des règlements applicables.

## ÉQUIPES D'HYGIÈNE ET DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS

MTY dispose d'équipes d'hygiène et salubrité qui veillent à mettre au point un programme qui va au-delà des critères de santé et de sécurité gouvernementaux applicables aux restaurants de nos bannières. Ces équipes fournissent un soutien et une formation à nos équipes opérationnelles ainsi qu'à nos franchisés et effectuent des visites de restaurants pour assurer que nos programmes de santé et de sécurité sont appliqués et respectés.

MTY possède plusieurs usines de fabrication de produits alimentaires. Nos comités de contrôle de la qualité et de la sécurité alimentaire veillent à ce qu'elles répondent aux normes les plus élevées. Notre plus grande usine de transformation alimentaire, qui produit plusieurs sauces et d'autres ingrédients, détient la certification du programme *Safe Quality Food (SQF)*, et fournit ainsi une assurance de qualité, de sécurité alimentaire et de crédibilité à nos bannières.

MTY a mis en œuvre les mesures suivantes visant la manipulation et préparation sûre des ingrédients et des repas et ce jusqu'à ce que nous servions et livrions notre clientèle.

1. Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments;
2. Éducation et formation;
3. Programmes et certifications en matière d'hygiène et de salubrité des aliments;
4. Audits;
5. Plan de communication et de rappel de produits;
6. Traitement des plaintes.



## 1. INTERVENTION DES FOURNISSEURS ET ENTREPOSAGE DES ALIMENTS

La première étape de la salubrité des aliments consiste à suivre des procédures pour atténuer les risques avant même que les ingrédients n'arrivent sur les lieux de nos bannières.

À cette fin, nous utilisons une grille d'évaluation afin d'étudier les nouveaux fournisseurs. Cette fiche contient un ensemble de critères essentiels à satisfaire pour

devenir un fournisseur agréé de MTY, notamment le respect de la réglementation en matière de santé et de sécurité et les certifications d'usine, dont celles de l'initiative mondiale de la sécurité alimentaire, (GFSI en anglais), le système d'analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise (HACCP) et des bonnes pratiques de fabrication (BPF).

Les fournisseurs stratégiques agréés doivent signer l'entente de fabrication et d'approvisionnement de MTY. Ce contrat exige la qualité et la disponibilité des

aliments ainsi que d'autres conditions commerciales clés pour maintenir un partenariat fructueux. Parmi les nombreuses conditions figure l'acceptation des parties des clauses en matière de confidentialité, de propriété intellectuelle, d'indemnisation ainsi que d'autres déclarations et garanties pertinentes. Des dispositions supplémentaires autorisent MTY à effectuer des audits auprès de ses fournisseurs dans le but de vérifier leur conformité aux normes comptables ainsi que des inspections d'usine et d'entrepôt pour s'assurer que les produits et les ingrédients sont manipulés en toute sécurité.

Tous nos fournisseurs sont tenus de signer un accord de non-divulgence, dans le but de protéger le caractère privé et confidentiel des renseignements échangés.

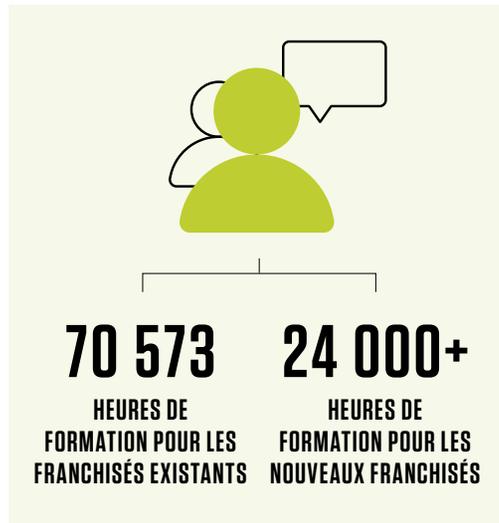
Lorsqu'un produit est sélectionné par une bannière MTY, le fournisseur doit remplir un formulaire qui sert à suivre et à gérer chaque unité de produit (SKU) achetée. Pour faciliter la conformité aux normes de MTY et la traçabilité du produit, ce formulaire répertorie le pays d'origine, les informations nutritionnelles et allergènes, les précisions d'entreposage ainsi que la date de péremption; et ce pour chaque ingrédient dans un produit.

Grâce à ce formulaire, les franchisés et les employés des restaurants peuvent manipuler les produits alimentaires en toute sécurité et veiller à ce qu'ils restent frais jusqu'à leur vente ou leur utilisation dans un repas.



## 2. ÉDUCATION ET FORMATION

La salubrité des aliments repose essentiellement sur une éducation et une formation appropriée et adéquate.



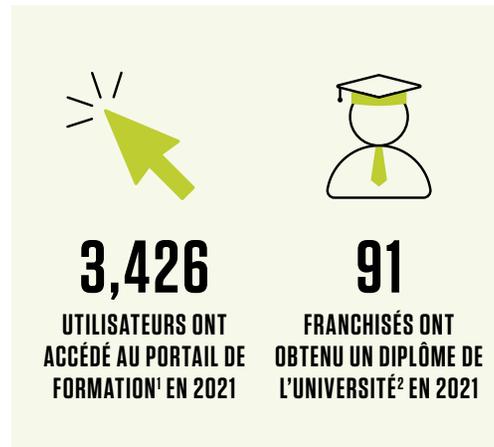
### MANUEL D'EXPLOITATION

En utilisant les manuels d'exploitation MTY, nos équipes opérationnelles collaborent avec les franchisés pour éduquer et veiller à la salubrité des aliments dans le contexte de l'entreposage et la manipulation des ingrédients. Ces manuels sont des outils de formation utiles pour expliquer aux franchisés comment désinfecter correctement les postes de travail, entreposer et manipuler les aliments en toute sécurité, ainsi que promouvoir un environnement sûr pour les employés et la clientèle.

Les documents et le matériel de formation sont à la disposition des franchisés. Toute mise à jour concernant la chaîne d'approvisionnement et les produits alimentaires est également communiqué aux franchisés.

### FORMATION CONTINUE

Nos franchisés, leurs employés, les gérants des restaurants et les équipes opérationnelles ont accès à des plateformes d'apprentissage gérées par MTY. Ces outils de formation sont accessibles sous la forme d'un portail en ligne, d'une formation en classe virtuelle ainsi que de vidéos ou de capsules de formation.



### MANUEL D'HYGIÈNE ET DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS

MTY fournit plusieurs documents, y compris un manuel d'hygiène et de salubrité des aliments, à nos franchisés et à leurs employés ainsi qu'à nos équipes. Les normes établies par notre équipe d'hygiène et de salubrité

des aliments sont généralement plus strictes que les exigences imposées par nos gouvernements provinciaux et fédéral. Les normes en question comprennent :

- Registres de température;
- Registres de nettoyage et de désinfection;
- Système de datation;
- Procédures de prévention de la contamination croisée.



Plus de 150 gérants de restaurant ont suivi nos séances d'apprentissage *Year of the Manager*<sup>3</sup> en 2021.



<sup>1</sup> Le portail de formation de MTY est un lieu d'apprentissage virtuel où les franchisés peuvent accéder à des formations en ligne, des vidéos et des communications en temps réel. Nous avons également un centre de ressources analogue aux États-Unis.

<sup>2</sup> L'Université MTY (MTYU) est un programme de formation en classe virtuelle qui complète la formation pratique donnée en restaurant. MTYU est une formation en ligne de cinq jours sur la gestion d'établissements de restauration qui s'adresse aux nouveaux franchisés, aux gérants de restaurant et aux équipes opérationnelles. Nous offrons aussi un programme de formation similaire aux États-Unis.

<sup>3</sup> *Year of the Manager* était composé de six séances de formation d'une heure portant sur des sujets généraux de leadership et de service à la clientèle présenté à l'une de nos bannières américaines via une plateforme d'apprentissage en ligne.

### 3. PROGRAMMES ET CERTIFICATIONS EN MATIÈRE D'HYGIÈNE ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

Nos franchisés sont tenus par la loi de respecter les exigences en matière de formation sur les mesures d'hygiène et salubrité des aliments, et ce, pour toutes nos bannières. En plus de ces exigences et pour compléter les outils de formation existants, nous offrons également les certifications et programmes suivants.

#### PROGRAMMES DE NETTOYAGE ET D'ASSAINISSEMENT

Nos équipes d'approvisionnement, nos équipes opérationnelles et nos fournisseurs de produits de nettoyage chimiques travaillent ensemble pour

personnaliser les programmes de nettoyage et d'assainissement en fonction des besoins de chacune de nos bannières. Ces programmes comprennent les éléments suivants :

- Une gamme de produits chimiques de nettoyage et d'assainissement choisis selon les types d'aliments manipulés dans le restaurant et la catégorie de restauration : restauration rapide, restauration décontractée à service rapide ou restaurant à service complet;
- Des tableaux muraux personnalisés décrivant la dilution, la fréquence d'utilisation et le mode d'emploi de chaque produit;
- Des fiches techniques et des fiches de sécurité pour chaque produit;
- L'équipement nécessaire pour bien utiliser et entreposer les produits, y compris des bandelettes

réactives pour garantir la concentration exacte de nos produits d'assainissement;

- La formation et l'entretien de l'équipement sur place par nos fournisseurs de produits chimiques d'assainissement.

#### LUTTE ANTIPARASITAIRE

La clientèle est toujours la bienvenue dans nos établissements, mais pas les organismes nuisibles ! Par conséquent, nous collaborons avec des entreprises offrant des solutions fiables de lutte antiparasitaire pour aider à garder les restaurants de nos bannières exempts d'organismes nuisibles.

Nos programmes de lutte antiparasitaire comprennent :

- Des visites mensuelles dans nos établissements par des tiers, y compris des rapports détaillés accessibles en ligne. Le portail en ligne indique également les alertes d'activité, les mesures correctives et les rencontres de suivi.

Les équipes opérationnelles de nos bannières avec nos équipes d'hygiène et salubrité assurent le suivi entre nos franchisés et les entreprises de gestion parasitaire afin d'offrir un environnement de restauration sans organisme nuisible.

Pour les restaurants dont le contrôle antiparasitaire relève du propriétaire du bâtiment, ces derniers ont mis en place des processus similaires pour protéger l'environnement de ces restaurants.



## 4. AUDITS

### NOS RESTAURANTS

#### AUDITS D'HYGIÈNE ET DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS À L'INTERNE

Nos équipes opérationnelles effectuent des audits d'hygiène et de salubrité des aliments dans les restaurants de nos principales bannières au moins une fois par trimestre afin d'avoir l'assurance que les aliments sont manipulés et entreposés de manière appropriée et que les cuisines sont hygiéniques. Nos équipes opérationnelles reçoivent une formation de notre équipe d'hygiène et de salubrité des aliments sur la manière d'effectuer ces audits conformément aux normes de MTY.

Outre ces audits, nous avons mis en place des protocoles de sécurité liés à la COVID-19 dans nos établissements et nos équipes opérationnelles font des contrôles à chaque mois pour vérifier qu'ils sont respectés.

#### AUDITS D'HYGIÈNE ET DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS PAR DES TIERS

En plus de son programme d'inspection de l'hygiène et de la salubrité des aliments interne dans tous ses restaurants, MTY fait appel à des fournisseurs de services d'audit qui visitent nos établissements entre une et trois fois par année. MTY et les sociétés d'audit tierces collaborent pour déterminer les critères et les points d'inspection sur lesquels porteront les audits dans les établissements. Advenant la détection d'un risque imminent pour la santé dans un établissement ou si un

établissement ne satisfait pas aux critères d'audit, des visites de suivi ont lieu pour valider que les problèmes ont été corrigés; le cas échéant, l'établissement peut être contraint de fermer de manière temporaire ou permanente.

### NOS FOURNISSEURS

Au besoin, nos fournisseurs font l'objet d'un audit pour vérifier qu'ils disposent des normes et des politiques nécessaires et s'assurer que les aliments sont conformes aux spécifications voulues, ce qui garantit un niveau élevé de salubrité alimentaire. Le questionnaire d'audit est préparé par MTY et les inspections sont menées soit par un auditeur indépendant, soit par un membre de nos équipes d'hygiène et de salubrité des aliments.



## 5. PLAN DE COMMUNICATION ET DE RAPPEL DE PRODUITS

Les erreurs arrivent, même aux meilleurs d'entre nous. C'est la façon dont nous gérons ces erreurs qui importe. C'est pourquoi MTY croit en l'importance d'avoir un **plan de communication et de rappel de produits** clair et concis. Grâce à ce plan, nous pouvons réagir rapidement et efficacement lorsqu'un rappel volontaire ou involontaire est lancé de notre gré ou à la demande d'organismes sanitaires gouvernementaux ou de fournisseurs. Ce plan nous permet aussi d'informer chacune des parties prenantes concernées du rappel, y compris des mesures prises pour remédier à la situation.



## 6. TRAITEMENT DES PLAINTES

Nous avons mis en place des processus à l'aide desquels nos franchisés et les membres de notre équipe opérationnelle peuvent communiquer toute plainte relative aux produits aux équipes d'approvisionnement. Nous documentons ces plaintes et assurons un suivi en la matière, en prenant soin de les transmettre à nos fournisseurs ou distributeurs pour qu'ils prennent les mesures correctives qui s'imposent. Au besoin, nous faisons intervenir notre équipe d'hygiène et salubrité des aliments et l'équipe d'assurance de la qualité du fournisseur.

Nos clients peuvent également faire part de leurs commentaires sur nos sites web, nos plateformes de médias sociaux ou dans les restaurants de nos bannières.

# CONCEPTION DE RECETTES ET VALEUR NUTRITIONNELLE



MTY s'efforce d'offrir à chaque client un choix d'aliments, quelles que soient ses restrictions alimentaires. Les recettes sont conçues pour répondre aux préférences des clients ou aux besoins des personnes qui suivent un régime particulier ou souffrent d'une allergie alimentaire. Les options sont clairement identifiées afin que les clients puissent les repérer facilement dans nos menus.

Nos recettes uniques sont développées par chaque bannière en tirant parti de l'expertise de nos chefs ou de nos équipes de recherche et développement tout en suivant l'évolution des tendances du marché et les attentes de nos clients.

De nombreuses bannières MTY font appel à des entreprises de vérification indépendantes pour effectuer des audits sur les nouvelles recettes ou les nouveaux produits afin de s'assurer de leur conformité.

80 % de nos bannières publient, ou rendent accessibles, les fiches allergènes de leurs menus à nos clients. 73 % de nos bannières publient leurs informations nutritionnelles. D'ici 2024, nous nous efforçons de publier les informations nutritionnelles, y compris les informations sur les allergènes pour toutes les bannières MTY.



En 2021, 92 % de nos bannières offraient au moins une option végétale à nos clients.



# MARKETING ET COMMUNICATIONS

Voici quelques points saillants concernant nos valeurs et nos intentions en matière de marketing. Nous suivons les directives canadiennes et américaines visant à limiter le marketing destiné aux enfants.

Parmi nos bannières proposant des menus pour enfants, 45 % choix de menu sont conformes aux directives nutritionnelles. Toutefois, nos clients ont la possibilité de personnaliser leurs choix en fonction de leurs besoins et de leurs choix alimentaires. Nous visons à ce que 80 % de ces menus enfants respectent les directives nutritionnelles d'ici 2024.

MTY est impartiale sur le plan politique et ne fait aucune contribution politique.

# FEUILLE DE ROUTE DE NOTRE PILIER NOURRITURE

## 2023

Publier, ou rendre accessibles à la clientèle, les informations nutritionnelles, les listes d'ingrédients et les fiches d'allergènes de nos principaux choix de menu pour nos 50 premières bannières d'ici 2023, et pour toutes les bannières d'ici 2024.

## 2025

D'ici 2025, veiller à ce qu'un code de conduite des fournisseurs convenu d'un commun accord soit en place pour tous les fournisseurs de niveau 1 de MTY. Ce code sera révisé à chaque année, au besoin.

## 2023/2024

Mesurer, par l'intermédiaire d'un service tiers, le pourcentage de menus pour enfants des bannières MTY qui sont conformes aux lignes directrices nutritionnelles canadiennes ou aux *Dietary Guidelines for Americans* (directives nutritionnelles américaines) d'ici 2023 et viser à ce que 80 % de ces menus pour enfants soient conformes à ces directives d'ici 2024.

# LA PLANÈTE

- 23 Nos stratégies et approches de gestion pour la planète
- 24 Emballages
- 25 Échéancier des objectifs liés aux emballages canadiens
- 26 Bien-être animal
- 27 Gestion des déchets
- 28 Feuille de route de notre pilier planète



# NOS STRATÉGIES ET APPROCHES DE GESTION POUR LA PLANÈTE

MTY s'engage à exploiter les restaurants de ses bannières d'une manière plus responsable sur le plan environnemental ; à cet effet, nous réexaminons constamment le cadre réglementaire de nos activités et cherchons sans cesse des occasions de nous améliorer. Les exigences réglementaires sont relevées, évaluées et gérées au moyen de notre programme de mise à jour et de vérification interne pour en assurer leur respect. MTY examine, approuve et met en œuvre les changements de politique et de procédure dans le cadre des procédés de gestion établis.

MTY a l'intention de faire des efforts additionnels à court et à moyen terme pour aborder d'autres aspects écologiques, notamment la consommation d'énergie et d'eau, la gestion des déchets et l'approvisionnement local.

MTY privilégie les fournisseurs qui s'alignent sur le code de conduite rédigé à leur intention et encourage ses fournisseurs à réduire le plus possible les impacts environnementaux de leurs installations, notamment en prêtant attention à la biodiversité, à la réduction, la récupération et la gestion des déchets, à la gestion responsable de l'eau et aux émissions de gaz à effet de serre.



# EMBALLAGES

Nous nous efforçons continuellement de réduire l'impact environnemental des emballages à emporter et des autres articles non alimentaires que nous mettons à la disposition des restaurants de nos bannières. Par exemple, au Canada, certains plastiques sont difficilement recyclables et certains emballages compostables ne sont pas bien compostés dans les installations existantes. Par conséquent, lorsque nous nous approvisionnons pour nos bannières, nous sommes stratégiques dans la sélection de nos fournisseurs et dans nos choix de produits. Nous pensons également que l'éducation est essentielle pour éviter l'écoblanchiment. Cette année, notre gestionnaire des achats non alimentaires pour le Canada a organisé cinq ateliers afin de sensibiliser nos chefs de marque et les membres de leur équipe à ce sujet. Elle a aussi profité de l'occasion pour discuter de stratégies et d'objectifs, présenter les innovations du marché et promouvoir des choix réfléchis qui permettent de réduire notre empreinte carbone.

Parallèlement, à l'échelle de notre réseau nord-américain, nous nous adaptons constamment de manière à fournir aux restaurants de nos bannières des emballages à emporter appropriés qui respectent les exigences légales en constante évolution des municipalités, des provinces, des États et des pays. Nous collaborons étroitement avec les fournisseurs pour trouver des solutions de rechange à certains produits, notamment les plastiques à usage unique, ainsi que certains types de matériaux d'emballage, et apportons des changements lorsque c'est possible.

## RÉALISATIONS

- Interdiction d'utiliser de la styromousse pour les produits sous contrat dans toutes les divisions depuis 2018;
- Remplacement en 2021 de tous les bâtonnets à café en plastique au Canada; des bâtonnets en bois sont maintenant offerts;
- Recherche d'options durables pour se conformer aux interdictions en vigueur visant les pailles, les ustensiles et les sacs à emporter en plastique.



# ÉCHÉANCIER DES OBJECTIFS LIÉS AUX EMBALLAGES CANADIENS

 EN COURS  ATTEINTS

	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	OBJECTIFS EN 2022
Collecte de données	<ul style="list-style-type: none"> <li> Examen des emballages utilisés pour nos bannières.</li> <li> Identification des défis dans les installations de recyclage et de compostage.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Identification des emballages à haut risque, tels que les pailles, les ustensiles et les sacs en plastique ainsi que les emballages difficilement recyclables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Création d'une base de données et regroupement de tous les règlements municipaux canadiens applicables aux emballages alimentaires et aux articles en plastique à usage unique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Examen d'importants fournisseurs potentiels qui partagent notre vision et appuient notre stratégie.</li> </ul>	Créer une base de données pour quantifier l'importance relative et les déchets.
Communications			<ul style="list-style-type: none"> <li> Organisation de webinaires concernant les emballages à usage unique, pour informer nos équipes d'exploitation sur les différentes législations à venir et en vigueur et leur présenter nos objectifs en la matière.</li> <li> Organisation d'ateliers de discussion pour cerner les opportunités et les défis pour nos bannières.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Application d'une stratégie « offre sur demande » pour réduire la consommation d'emballage lorsque c'est possible.</li> </ul>	Déterminer des indicateurs clés de performance (ICP) et mettre en place des outils de mesure.
Mesures		<ul style="list-style-type: none"> <li> Réalisation d'une étude approfondie sur les solutions et les innovations existantes pour appuyer nos objectifs tout en garantissant à nos clients la meilleure expérience qui soit dans les établissements de nos bannières.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li> Lancement de demandes de propositions (DP) pour trouver les meilleures solutions pour remplacer les pailles et les ustensiles en plastique.</li> </ul>	Réaliser des programmes pilotes dans certains restaurants et mettre la touche finale à la stratégie d'approvisionnement visant à remplacer les emballages difficilement recyclables par des solutions appropriées.

# BIEN-ÊTRE ANIMAL

Le bien-être animal fait partie des facteurs pris en compte dans le nouveau processus de sélection des fournisseurs de MTY. MTY étudiera donc les politiques de bien-être animal lors du processus d'évaluation des fournisseurs.



**MTY s'engage à collaborer avec les principaux fournisseurs qui respectent les normes les plus strictes en matière de bien-être animal et qui disposent de lignes directrices couvrant toute la chaîne d'approvisionnement en ce qui concerne le traitement sans cruauté des animaux.**



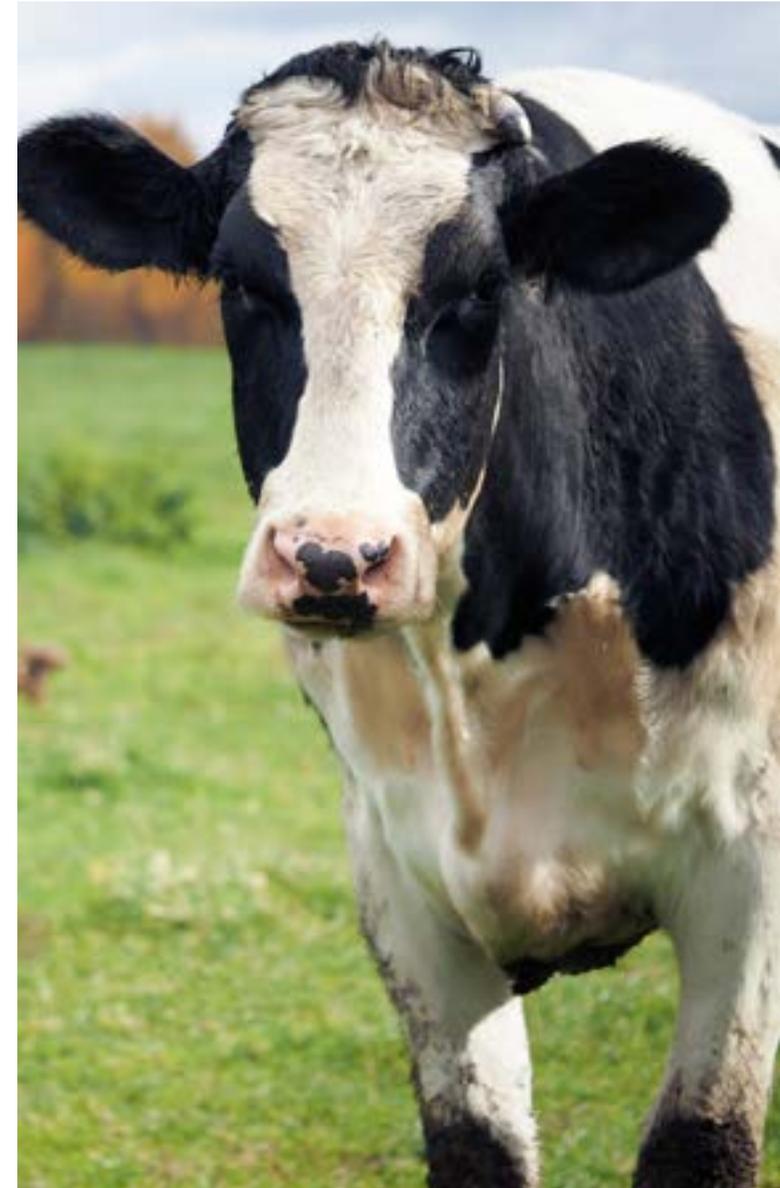
Nous sommes fiers de la collaboration entretenue avec nos fournisseurs pour respecter nos engagements en matière de traitement sans cruauté des animaux. Nous savons que nous ne pouvons pas y parvenir seuls et nous nous alignons sur nos fournisseurs et sur l'industrie pour poursuivre notre démarche positive.

Plus de 90% des viandes achetées sous contrat pour nos bannières de restauration canadiennes proviennent de fournisseurs ayant des lignes directrices en matière de bien-être animal et de traitement sans cruauté des animaux.

Nous travaillerons avec nos fournisseurs afin que d'ici 2025, tous nos œufs proviennent de poules élevées en liberté.

Dans le cadre de nos normes de bien-être animal et en vue d'atteindre nos objectifs fixés pour 2025, nous travaillons en étroite collaboration avec nos fournisseurs pour que la totalité de nos produits à base de poulet respecte les normes du Better Chicken Project, un projet concerté du Global Animal Partnership (GAP), notamment :

- S'approvisionner en races d'élevage prouvées pour lesquelles le bien-être est plus grand ;
- Réduire la densité de peuplement ;
- S'assurer que tous les poulets achetés bénéficient d'un meilleur environnement (litière, éclairage, enrichissements, etc.) ;
- Traiter les poulets de façon moins cruelle grâce à un système de traitement par atmosphère contrôlée en plusieurs phases.



# GESTION DES DÉCHETS

L'équipe ESG de MTY s'efforcera de définir une stratégie sur la gestion des déchets en 2022 et de mesurer les déchets que nous produisons à l'échelle de l'organisation au cours des prochaines années.



Il nous incombe d'informer et de sensibiliser nos équipes opérationnelles, nos franchises et nos clients sur la manière de disposer des articles d'emballage à emporter qui entrent dans notre flux de déchets. Notre objectif est d'examiner d'ici la fin de l'année 2024 tous les emballages personnalisés à l'effigie des bannières pour nous assurer que nous communiquons et identifions adéquatement la façon dont chacun de ces articles doit être éliminé.

Grâce à une collaboration avec des fournisseurs qui appuient nos objectifs de gestion des déchets et valorisent comme nous la communication et l'éducation, nous poursuivrons nos efforts visant à détourner les déchets inutiles des sites d'enfouissement.

Notre équipe ESG tentera également d'identifier les emballages les plus facilement recyclables, réutilisables et compostables aux endroits où des installations à cette fin existent. En 2022, ce comité travaillera également à trouver et à essayer des solutions d'emballage réutilisables dans le but de réduire la consommation d'articles jetables et à usage unique.

Les mesures que nous avons prises en réponse à la COVID-19 illustrent également que les progrès numériques soutiendront nos efforts pour détourner les déchets. Certaines bannières ont remplacé les brochures, les napperons et menus en papier dans leurs restaurants par des informations disponibles en ligne et des codes QR. Cette initiative a permis de réduire la quantité de papier imprimé aux restaurants de nos bannières d'une quantité équivalente à 383 arbres.

Les bureaux de MTY ont quant à eux mis en place des systèmes de gestion du recyclage, y compris des méthodes visant à réduire lorsque possible l'utilisation du papier et le besoin d'en utiliser.

Les produits alimentaires non utilisés dans les centres de distribution et les cuisines professionnelles sont donnés à des refuges locaux afin de diminuer le gaspillage alimentaire.

D'ici 2022, notre division canadienne travaillera avec un fournisseur tiers pour détourner des sites d'enfouissement les baguettes de bambou utiliser dans nos restaurants du Québec et les revaloriser.

La responsabilité élargie des producteurs (REP) désigne une stratégie de gestion des déchets employée au Canada par laquelle les producteurs se voient confier une responsabilité importante (financière et physique) à l'égard de la collecte et du traitement des produits de postconsommation qu'ils ont mis sur le marché. Au bout du compte, la REP consiste à ajouter tous les coûts environnementaux associés à un produit durant son cycle de vie au prix du marché de ce produit. MTY s'engage à remplir toutes ses obligations en matière de responsabilité élargie des producteurs à travers le Canada.

# FEUILLE DE ROUTE DE NOTRE PILIER PLANÈTE

**2022** : Évaluer tous les nouveaux fournisseurs selon une liste de critères environnementaux définis dans notre code de conduite des fournisseurs.

## BIEN-ÊTRE ANIMAL

- Faire affaire avec des fournisseurs de protéines, de produits laitiers et d'œufs dont les priorités et politiques internes sont axées sur l'amélioration du bien-être des animaux;
- Travailler en étroite collaboration avec nos fournisseurs afin que d'ici 2025 la totalité de nos produits à base de poulet respectent les normes du *Better Chicken Project*, un projet concerté du *Global Animal Partnership* (GAP);
- Travailler avec nos fournisseurs afin d'en arriver à n'utiliser que des œufs de poules élevées en liberté d'ici 2025, dans la mesure du possible.

## ÉMISSIONS

- Comprendre nos propres émissions, déterminer des outils pour les mesurer et les déclarer, fixer des objectifs et établir notre feuille de route en matière d'émissions;
- Calculer nos émissions de catégories 1 et 2 en 2023 et en 2024, puis publier nos résultats à partir de 2025 dans notre rapport;
- Mesurer et déclarer nos émissions de catégorie 3 en 2030 et préciser nos plus grands impacts environnementaux le long de notre chaîne de valeur dans le cadre de notre rapport de 2023.

## EMBALLAGES

- Remplacer d'ici la fin 2023, dans les établissements canadiens de MTY, les plastiques difficiles à recycler par d'autres types d'emballages, notamment des produits fait de matières renouvelables, recyclées ou dont le taux de recyclabilité est plus élevé;
- Évaluer et réaliser dans des marchés précis un projet pilote portant sur des solutions d'emballage réutilisables afin de réduire la consommation d'articles jetables et à usage unique en 2023;
- D'ici la fin de 2024, examiner tous les emballages à l'effigie de nos bannières et s'assurer qu'ils indiquent clairement comment ces articles doivent être traités après leur utilisation;
- Faire en sorte que tous nos emballages en papier soient certifiés FSC\* ou contiennent un pourcentage de matière recyclée d'ici 2025, afin de protéger nos forêts et de réduire notre impact environnemental.

## DÉCHETS

- Définir une stratégie de gestion des déchets en 2022 et mesurer les déchets que nous produisons à l'échelle de l'organisation au cours des années ultérieures;
- En 2023, récupérer et revaloriser les baguettes jetées par plus de 150 restaurants pour aider à les détourner des sites d'enfouissement et contribuer à l'économie locale de manière innovante;
- Réduire de 50% l'utilisation de napperons sur lesquels sont imprimés des menus dans les restaurants de nos bannières en 2024.

\*FSC = Forest Stewardship Council  
GRI 102-15, 305  
SASB FB-RN-430a.2

# LES GENS

- 30 Notre conseil d'administration
- 32 Équipe de la haute direction
- 33 Approche de gestion et politiques connexes
- 34 Les membres du comité ESG de MTY
- 35 Mobilisation des parties prenantes
- 36 Nos priorités en ce qui concerne les gens
- 37 Culture et développement de carrière
- 39 L'acquisition et la rétention des talents et le roulement de personnel
- 41 Culture et diversité, équité et inclusion
- 42 Avantages sociaux
- 43 Soutien aux franchisés
- 44 Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY
- 45 Soutien aux collectivités
- 46 Cybersécurité et protection des données
- 49 Feuille de route pour notre pilier gens
- 50 Énoncés prospectifs

# NOTRE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration est responsable de la gouvernance de MTY. À ce titre, il supervise la gestion de l'entreprise afin d'optimiser la valeur actionnariale créée à long terme tout en tenant compte des intérêts de différentes parties prenantes, incluant les actionnaires, les franchisés, les employés, les clients, les fournisseurs, les partenaires commerciaux et les communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités.

Notre conseil d'administration confie à l'équipe de direction le soin de forger et de maintenir une bonne culture d'entreprise. Nos équipes canadiennes et américaines de ressources humaines investissent les efforts nécessaires pour atteindre cet objectif. Quand les situations s'y prêtent, les équipes opérationnelles et des ressources humaines travaillent de concert pour sensibiliser les franchisés ou leur suggérer des ressources utiles pour appuyer leurs propres initiatives visant à créer une culture d'employeur de choix.

Quoiqu'il soit ultimement responsable de l'atteinte des différentes cibles définies dans le cadre du programme ESG de MTY, le Conseil d'Administration a délégué au PDG et à la haute direction la tâche de mettre en œuvre ces initiatives.

À cette fin, le PDG a nommé Katherine Ma comme présidente du comité ESG, afin qu'elle définisse la stratégie et les priorités en matière de développement durable et de responsabilité sociale. Conjointement avec la haute direction de MTY, le Conseil d'Administration évaluera la réputation de MTY comme citoyen corporatif et les efforts déployés pour adopter des pratiques commerciales durables et conformes à la mission et aux valeurs de l'entreprise.



**Stanley Ma**

Président et président  
du conseil



**Claude St-Pierre**

Secrétaire



**Murat Armutlu**

Membre du comité d'audit



**Eric Lefebvre**

Chef de la direction



**Victor Mandel**

Président du comité d'audit



**Dickie Orr**

Membre du comité d'audit

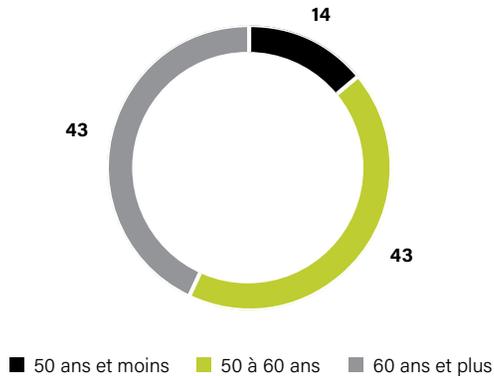


**Suzan Zalter**

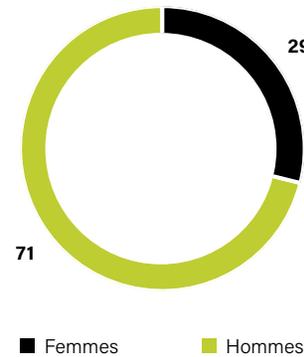
Membre

## NOTRE C.A. EN QUELQUES CHIFFRES

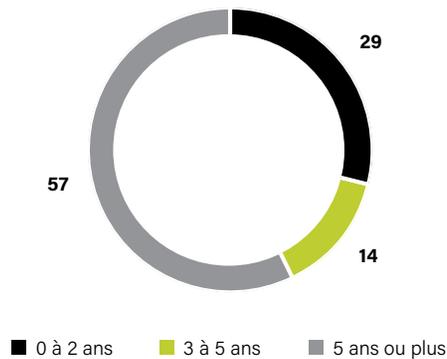
### DIVERSITÉ D'ÂGES



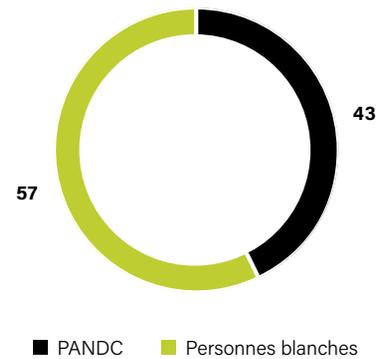
### DIVERSITÉ DE GENRES



### ANCIENNETÉ



### ORIGINE ETHNIQUE



## LE TABLEAU CI-DESSOUS PRÉSENTE L'EXPÉRIENCE ET LES COMPÉTENCES DES MEMBRES DE NOTRE C.A.

EXPÉRIENCE	MEMBRES DU CONSEIL
Fusions et acquisitions, et développement des affaires	5
Immobilier	5
Valeurs mobilières et réglementation	4
Marchés des capitaux	5
Chaîne d'approvisionnement	3
Expertise mondiale	5
À titre indépendant	4
Ressources humaines/ rémunération	3
Expertise numérique, technologique ou en sécurité des données	2
Expertise en gouvernance	1
Expertise financière	5
Expertise en restauration, alimentation, franchisage et commerce de détail	6
Haute direction ou PDG, Directeur des opérations, ou directeur financier	5

## GOVERNANCE ESG : GESTION DES RISQUES ET DES OPPORTUNITÉS



# ÉQUIPE DE LA HAUTE DIRECTION

Alors que le conseil d'administration est responsable de la supervision des activités, notre équipe de la haute direction est chargée d'exécuter la stratégie et de gérer l'exploitation quotidienne.

Notre équipe de la haute direction s'engage à faire progresser les nombreux objectifs identifiés dans ce rapport et à atteindre les objectifs de développement durable. Si l'un des principaux objectifs demeure de créer de la valeur pour les actionnaires et les parties prenantes, nous croyons que nos piliers concordent avec ces valeurs autant qu'avec nos engagements de développement durable.

 <b>GÉNÉRATION</b>	<b>2</b> BABY-BOOMERS	<b>5</b> GÉNÉRATION X
 <b>GENRE</b>	<b>5</b> HOMMES	<b>2</b> FEMMES
 <b>SITUATION GÉOGRAPHIQUE</b>	<b>5</b> CANADA	<b>2</b> ÉTATS-UNIS



**Eric Lefebvre**  
Chef de la direction



**Renée St-Onge**  
Chef de la direction  
financière



**Marie-Line Beauchamp**  
Chef de l'exploitation,  
Restaurants à service  
complet, Canada



**Marc Benzacar**  
Chef de l'exploitation,  
Restaurants à service  
rapide, Canada



**Jason Brading**  
Chef de l'exploitation,  
Restaurants-minute, Canada



**Nik Rupp**  
Chef de l'exploitation,  
division Papa Murphy's



**Jeff Smit**  
Chef de l'exploitation,  
marché américain

# APPROCHE DE GESTION ET POLITIQUES CONNEXES

Nous sommes déterminés à établir une culture d'entreprise saine et à faire respecter les comportements qui sont nécessaires au maintien d'un environnement de travail sécuritaire, productif et équitable. À cette fin, des Guide d'employés mis à la disposition de l'ensemble de notre main d'œuvre afin que tous comprennent les attentes de MTY envers ses employés. Ces guides contiennent notamment les politiques requises par la législation applicable, incluant les politiques de prévention contre le harcèlement et la discrimination, la politique de dénonciation, et ils contiennent également les détails sur les avantages sociaux offerts aux employés et qui varient selon leur localisation. MTY exige également que tous ses employés adhèrent au code d'éthique inclus dans la politique de conduite des affaires de MTY qui définit les pratiques commerciales contraires à l'éthique et qui indique comment les dénoncer.



MTY s'engage à respecter une éthique commerciale rigoureuse dans la conduite de ses affaires. Tout en s'efforçant de consolider sa position de franchiseur de choix, MTY reconnaît qu'une concurrence loyale est essentielle à la vitalité de l'industrie de la restauration dans son ensemble.

Dans le cadre de l'adoption de cette éthique commerciale rigoureuse, MTY respecte et adhère à l'ensemble des lois anti-trust autres règlements commerciaux, elle protège les renseignements confidentiels et s'assure de ne pas obtenir illégalement des informations sur ses concurrents. MTY n'utilise aucuns moyens inappropriés pour obtenir des renseignements confidentiels, de l'information privilégiée ou des secrets commerciaux de ses concurrents et elle ne permet pas à ses employés d'utiliser de tels moyens.

MTY demande aussi à ses fournisseurs de se conformer à ces mêmes standards. Le code de conduite des fournisseurs érigé par MTY traite notamment de l'intégrité commerciale et prévoit que les fournisseurs doivent éviter de se livrer à toute forme de corruption, d'extorsion ou de détournement de fonds, et qu'ils doivent éviter de mener MTY à enfreindre quelconque loi ou réglementation anticorruption applicable. Le code de conduite des fournisseurs contient également des dispositions concernant la protection des dénonciateurs,

l'exactitude de la tenue de livres, la confidentialité, la gestion des réclamations et au respect de la loi.

MTY est fière d'affirmer qu'elle n'a été partie à aucune procédure judiciaire justice concernant un comportement anticoncurrentiel ou une violation de la législation antitrust au cours de la période couverte par ce rapport.

# LES MEMBRES DU COMITÉ ESG DE MTY

Un comité ESG a été mis en place en 2021. Ce comité est responsable des questions ESG, notamment en matière de durabilité de d'environnement, de la mise en place d'une chaîne d'approvisionnement durable, du respect des droits de personne, des aspects de diversité et d'inclusion, ainsi que d'autres enjeux ESG qui sont pertinents pour MTY. Il est également chargé de conseiller le conseil d'administration sur les questions susmentionnées et de superviser l'élaboration de la stratégie ESG de la Société.

La présidente du comité ESG présentera des mises à jour trimestrielles au conseil d'administration à compter de 2022.

Voici les réalisations du comité ESG en 2021 :

- Organisation d'une formation structurée s'adressant aux membres de la haute direction et aux dirigeants des divisions au sujet du cadre normatif, des normes et des enjeux d'ESG;
- Présentation de différents enjeux ESG au cours de réunions impliquant l'ensemble des employés des sièges sociaux, particulièrement concernant les piliers Nourriture et Planète.

Le comité est composé à 83% de femmes

PRÉSIDENTE DU COMITÉ ESG



**Katherine Ma**  
Vice President  
Procurement &  
Sustainability



**Patricia Briere**  
Gestionnaire des achats



**Belinda De Luca**  
Directrice, Analyse de  
l'approvisionnement et  
développement durable



**Alexis Diltz**  
Directrice des  
communications



**Clement Forget**  
Conseiller juridique



**Jennifer Garnatz**  
Directrice principale de  
l'analyse financière



**Kim Lane**  
Avocate générale adjointe



**Laura Lashbrook**  
Directrice de l'assurance  
de la qualité



**Mina Mesi**  
Directrice principale, Chaîne  
d'approvisionnement –  
achats et comptes payables



**Jenny Moody**  
Avocate générale et  
ressources humaines



**Kira Olsen**  
Directrice de la chaîne  
d'approvisionnement



**Jon Silva**  
Directeur principal,  
Achats et chaîne  
d'approvisionnement

# MOBILISATION DES PARTIES PRENANTES

Nous accordons une grande importance à nos parties prenantes et aux informations qu'elles peuvent nous fournir pour nous aider à nous adapter et à demeurer à l'affût des changements dans l'environnement commercial et dynamique dans lequel nous vivons. Nous sollicitons régulièrement leur avis sur des questions clés afin de comprendre leurs priorités et leurs perspectives, que ce soit dans le cadre d'assemblées publiques, de réunions stratégiques, de discussions individuelles, sur les médias sociaux ou au moyen de sondages annuels. Nos parties prenantes comprennent les investisseurs et les actionnaires, nos clients et nos communautés, nos employés, nos franchisés, nos fournisseurs, les organismes gouvernementaux et les organisations non gouvernementales (ONG).

## NOS INVESTISSEURS ET ACTIONNAIRES

Nos investisseurs et actionnaires s'intéressent de plus en plus aux enjeux ESG pertinents pour MTY et s'impliquent avec nous sur ces enjeux.

## NOS EMPLOYÉS

Les employés de notre siège social, de nos usines de fabrication et des restaurants corporatifs sont les ambassadeurs de MTY et de nos bannières. Nous croyons donc qu'il est essentiel d'attirer, d'embaucher et de maintenir en poste les membres de notre équipe et de créer un milieu enrichissant, diversifié et inclusif au sein duquel nos employés peuvent s'épanouir.

## NOS FRANCHISÉS

Le succès de nos franchisés est indispensable au succès de MTY. C'est pourquoi MTY embauche des employés qui sont dédiés à l'encadrement des franchisés et qui se rendent régulièrement à leurs établissements afin de les conseiller et de d'offrir de la formation et du soutien adapté à leurs besoins.

## NOTRE CLIENTÈLE ET NOS COMMUNAUTÉS

Nous accordons beaucoup d'importance à aux opinions et aux idées de nos clients. Nous interagissons avec eux en utilisant nos plateformes de médias sociaux et nos portails de communication. Nous soutenons les communautés dans lesquelles nous opérons au moyen de diverses initiatives locales visant à répondre à leurs besoins spécifiques.

## NOS FOURNISSEURS

Nos fournisseurs jouent un rôle essentiel dans la stratégie d'impact de certains de nos principaux sujets ESG tels que la salubrité des aliments et la qualité des produits, la gestion de la chaîne d'approvisionnement et de son impact environnemental. Nous travaillons donc en étroite collaboration avec eux en tenant des réunions, des ateliers et des discussions approfondies pour définir la stratégie et les méthodes à adopter pour atteindre nos objectifs.

## LES ORGANISMES GOUVERNEMENTAUX

MTY s'informe et se conforme à tous lois et règlements établis par les différents organismes gouvernementaux à l'échelle locale, régionale, municipale, provinciale, étatique, nationale ou mondiale.

## LES ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES

MTY travaille en partenariat avec plusieurs organisations non gouvernementales représentant l'industrie alimentaire et des boissons à propos de questions importantes pour notre entreprise.

# NOS PRIORITÉS EN CE QUI CONCERNE LES GENS

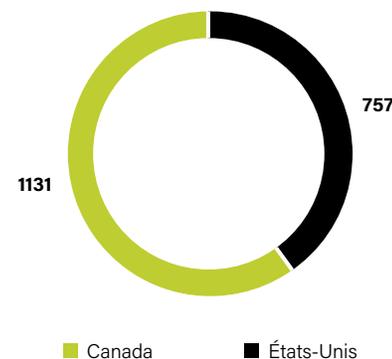


L'ADN de notre entreprise n'est pas seulement perceptible au sein de notre conseil d'administration et de notre équipe de la haute direction, il se révèle aussi dans toute l'entreprise, incarné par notre personnel et notre culture. Nous comptons sur la contribution dévouée de plus de 1 888 employés dans nos bureaux canadiens et américains, nos établissements propriétaires et nos usines de fabrication, qui travaillent à soutenir nos bannières et nos communautés.

Notre pilier Gens s'articule autour des priorités suivantes :

- La culture et le développement de carrière;
- Le maintien en poste, l'attraction et la rotation des talents;
- La culture ainsi que la diversité, l'équité et l'inclusion;
- Les avantages sociaux;
- Le soutien aux franchisés;
- Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY;
- L'appui offert à nos collectivités;
- La cybersécurité et la protection des données.

## NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS



# CULTURE ET DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE

Notre épanouissement va de pair avec celui de nos employés. Promouvoir une culture axée sur l'engagement, l'innovation et l'excellence, et veiller à ce que les employés reçoivent une rétroaction et aient la possibilité de faire avancer leur carrière, tout en s'amusant, sont des éléments essentiels de notre réussite!

Pour mobiliser encore plus les employés, il faut d'abord comprendre ce qu'ils pensent de leur rôle, de leur travail et de la vitalité globale de l'entreprise. Chaque année, Mercer-Sirota mène un sondage sur l'engagement.



**Soixante-dix-neuf p. cent de nos employés se sentent engagés dans leur carrière au sein de MTY, alors que la norme pour ce type de sondages est 75%.\***



GRI 102-43, 102-44, 404, 404-2, 404-3  
\*Quatre-vingts p. cent de nos employés ont participé à cette enquête.

Le résultat global en matière d'engagement reflète leur satisfaction générale à l'égard de leur travail, la probabilité qu'ils recommandent MTY comme employeur et qu'ils continuent d'y travailler ainsi que la fierté qu'ils éprouvent pour MTY. L'enquête examine également les domaines d'intérêt suivants :

- Agilité et innovation;
- Confiance;
- Expérience des employés;
- Efficacité des supérieurs immédiats;
- Facilitation du rendement;
- Efficacité des cadres supérieurs;
- Orientation stratégique;
- Épanouissement.

Nous nous servons des résultats de chaque enquête annuelle pour dicter l'approche de l'année suivante en ce qui a trait aux gens, à la culture et à l'entreprise.

Afin d'alimenter le désir de se connecter au portefeuille d'activités et à la stratégie de MTY, chaque trimestre, nous convions les employés de MTY à une réunion pour leur faire part des performances de l'entreprise, des faits saillants sur les bannières, des événements à venir qui les concernent et reconnaître leurs accomplissements. Plus de 500 employés participent généralement à ces séances.

Nos employés veulent connaître les prochaines étapes et obtenir une rétroaction sur le rendement nécessaire

pour faire avancer leur carrière. À la fin de l'exercice, tous les employés reçoivent une rétroaction formelle sur leur rendement annuel ainsi que des conseils sur les possibilités et les objectifs futurs à l'aide d'un outil standard conçu pour faciliter des discussions significatives sur leur carrière. Puis, au cours de l'année, les dirigeants et les employés vérifient les progrès réalisés par rapport aux objectifs, célèbrent les réussites et éliminent les obstacles qui empêchent d'aller de l'avant.

Pour que tous nos employés puissent aspirer au développement continu de leur carrière et saisir les possibilités précisées dans le cadre de notre programme d'évaluation du rendement, MTY leur offre des avantages liés à l'éducation. Le perfectionnement des employés de MTY se fait au moyen d'une approche d'apprentissage mixte, qui allie expérience professionnelle et occasions d'apprentissage à l'externe. À ce titre, les employés de notre siège social peuvent se faire rembourser leurs frais d'études.

Les données rapportées couvrent l'exercice se terminant le 30 novembre 2021.

## DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP

Préparer nos employés à des postes de direction est primordial pour assurer notre succès actuel et futur. À cette fin, MTY a lancé en 2021 un programme pilote pour former les leaders de demain. Le programme présente les outils, les compétences et les habitudes propres aux leaders très performants. Il permet aux employés d'explorer les notions de base du leadership grâce auxquelles ils pourront mieux se diriger et être un meilleur leader pour les autres. Neuf employés au Canada et aux États-Unis ont obtenu un diplôme du programme en 2021.

## FORMATION

Nous estimons qu'il est très important de doter les employés des compétences et des connaissances dont ils ont besoin pour s'épanouir, compte tenu de l'évolution rapide de la Société et des bannières de MTY qu'ils soutiennent. Les postes, les rôles, les responsabilités et les parcours de carrière sont définis de manière à fidéliser et à développer les employés qui travaillent déjà pour l'organisation. Les ressources de formation à leur disposition pour soutenir leurs employés et leurs franchisés reflètent la culture et les besoins uniques de MTY et de ses bannières.

À l'échelle de MTY, les membres de l'équipe ont dû suivre des cours de formation en ligne portant sur la cybersécurité afin d'être mieux sensibilisés à la sécurité des technologies de l'information et à la nécessité de protéger les données de la Société et les données personnelles. De plus, les membres de l'équipe ont également été tenus de suivre un cours visant à prévenir

le harcèlement au travail et à les informer sur la diversité, l'équité et l'inclusion et l'importance qu'elles revêtent dans notre culture d'entreprise.

Enfin, les membres de l'équipe ont été invités à participer à l'une des vingt séances d'apprentissage virtuel de la série intitulée « Bake It Up a Notch ».

Ces séances portaient sur les performances individuelles et les compétences générales en matière de gestion et de leadership. En 2021, plus de 425 membres de l'équipe ont pris part à une séance.

## CULTURE

Pour stimuler la curiosité des employés et favoriser leur implication, nous avons mis sur pied un comité social, qu'on appelle aussi le « comité du plaisir », qui est composé de représentants du Canada et des États-Unis. Ce comité a pour mandat de rassembler les gens grâce à des activités de consolidation d'équipe intéressantes et collaboratives conçues pour favoriser de bonnes relations et répandre la joie. Les activités se déroulent virtuellement afin de promouvoir l'égalité d'accès.

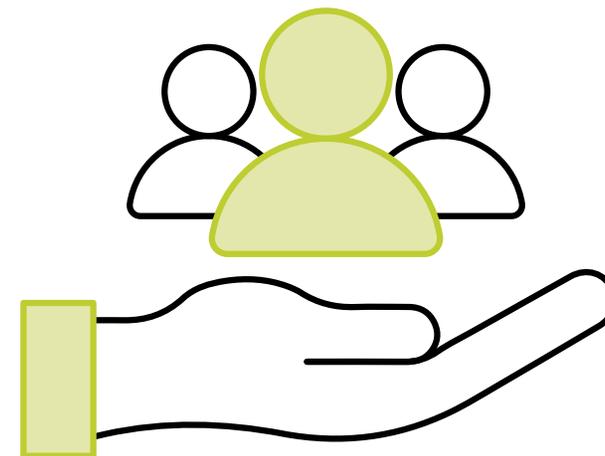
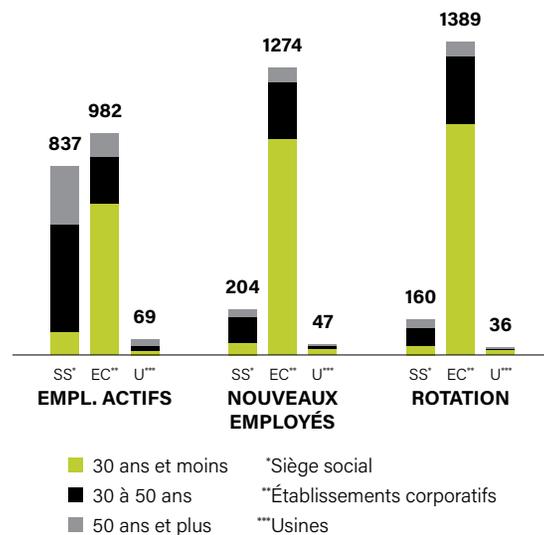


# L'ACQUISITION ET LA RÉTENTION DES TALENTS ET LE ROULEMENT DE PERSONNEL

L'acquisition et la rétention des talents sont essentielles à notre croissance et à notre réussite. Nous nous sommes donc efforcés d'affiner l'accueil et la formation des nouvelles recrues. Nous avons également mis en place des programmes et des avantages pour développer, soutenir et motiver les membres de notre équipe talentueuse. Nous nous engageons à construire une équipe diversifiée et inclusive, où les opportunités de croissance et la rémunération sont basées sur le mérite, le potentiel et l'ensemble des compétences d'un individu. Grâce à ces différents programmes et au soutien que nous avons offert à nos employés, nous avons fièrement promu 96 membres de l'équipe interne à l'échelle de nos bureaux corporatifs en 2021.

Au sein de notre équipe canadienne, 100% des employés qui ont pris un congé parental en 2021 sont de retour au travail. Parmi les employés qui sont revenus d'un congé parental en 2020, 70% travaillaient toujours pour MTY 12 mois après leur retour.

**NOMBRE D'EMPLOYÉS PAR GROUPE D'ÂGE (CANADA ET ÉTATS-UNIS)**



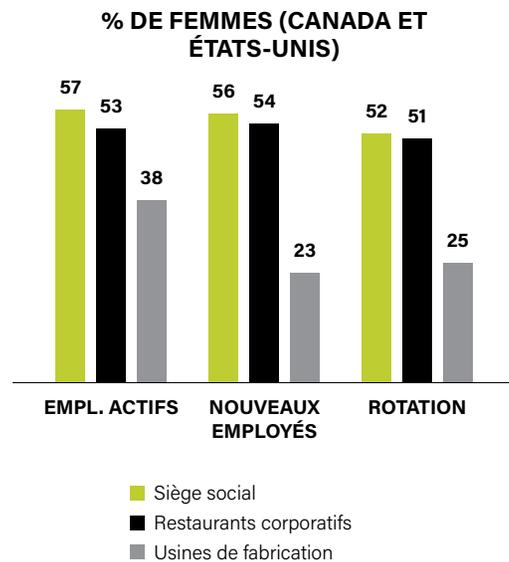
RÉPARTITION PAR ORIGINE ETHNIQUE (ÉTATS-UNIS)

	ORIGINE ETHNIQUE	EMPLOYÉS DU SIÈGE SOCIAL (%)	EMPLOYÉS DES RESTAURANTS CORPORATIFS (%)
<b>EMPLOYÉS ACTIFS</b>	Personnes blanches	79	50
	Origine hispanique ou latine	8	28
	Origine afro-américaine ou noire-américaine	5	12
	Origine asiatique	5	1
	Deux origines raciales ou plus	2	6
	Origine autochtone d'Hawaï ou d'autres îles du Pacifique	1	1
	Origine amérindienne ou autochtone de l'Alaska	0	2
<b>NOUVEAUX EMPLOYÉS</b>	Personnes blanches	81	41
	Origine afro-américaine ou noire-américaine	7	12
	Origine hispanique ou latine	5	40
	Origine asiatique	5	2
	Deux origines raciales ou plus	1	3
	Origine autochtone d'Hawaï ou d'autres îles du Pacifique	1	0
	Origine amérindienne ou autochtone de l'Alaska	0	2
<b>ROULEMENT</b>	Personnes blanches	80	55
	Origine hispanique ou latine	8	28
	Origine afro-américaine ou noire-américaine	4	10
	Origine asiatique	4	1
	Deux origines raciales ou plus	2	5
	Origine amérindienne ou autochtone de l'Alaska	2	2
	Origine autochtone d'Hawaï ou d'autres îles du Pacifique	0	0

RÉPARTITION PAR ORIGINE ETHNIQUE (CANADA)

ETHNICITY	ACTIVE HEAD OFFICE EMPLOYEES (%)
Personnes blanches	64
Origine asiatique	12
Origine moyen-orientale	9
Deux origines raciales ou plus	8
Origine hispanique ou latine	3
Origine afro-américaine ou noire-américaine	3
Origine amérindienne ou autochtone de l'Alaska	1
Origine autochtone d'Hawaï ou d'autres îles du Pacifique	1

# CULTURE ET DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION



## NOTRE CULTURE

Le dévouement est une valeur fondamentale de MTY et la démonstration de notre engagement à cultiver la diversité, l'accès et l'équité, et à fournir un lieu de travail exempt de discrimination et de toute forme de harcèlement est déterminante pour notre succès. Ces valeurs améliorent notre entreprise et garantissent que nous maintenons un environnement de travail inclusif pour tous les employés. Nous privilégions les avantages sociaux de nos employés afin de favoriser leur santé, carrière et leur bien-être général.

## DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION (DEI)

En 2021, nous avons fait part à nos employés de notre intention de travailler avec une tierce partie en 2022 afin de réviser nos pratiques et nos efforts actuels en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, ainsi que d'explorer les possibilités d'amélioration.

## NOS POLITIQUES

MTY n'exerce aucune discrimination à l'endroit des personnes qui ont un statut de protection. Nos politiques s'appliquent à toutes nos pratiques d'emploi, y compris le recrutement, l'embauche, la rémunération, les évaluations du rendement, la formation et le développement, les promotions et les autres conditions d'emploi.

Les employés de toutes les bannières sont tenus de suivre un cours annuel sur la prévention du harcèlement et ils ont accès aux cours virtuels suivants, conçus pour favoriser un lieu de travail sain, inclusif et sécuritaire : *Diversité en milieu de travail, Inclusion et sensibilité, Préjugés inconscients et Microagressions en milieu de travail.*

Nous interdisons toute discrimination au travail et toutes les formes de harcèlement, y compris le harcèlement sexuel. Nous avons adopté des politiques strictes à l'égard de tout comportement en milieu de travail qui contrevient à la loi, donne à une personne l'impression qu'elle n'est pas la bienvenue ou l'empêche d'effectuer son travail au mieux de ses capacités. Les employés qui enfreignent nos politiques visant à prévenir ce type de comportement inacceptable ou contreviennent à la loi s'exposent à des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.

# AVANTAGES SOCIAUX

Le développement et le renforcement de notre culture exige que nous accordions une attention constante pour veiller à ce que les membres de notre équipe aient accès à des programmes, des outils et des ressources conçus pour optimiser leur santé, leur carrière et leur bien-être global.

## SOINS DE SANTÉ



**Nous savons qu'une bonne santé est indispensable à l'engagement du personnel.**



Au Canada, les employés à temps plein peuvent choisir une assurance collective familiale, individuelle, de couple ou monoparentale dès la date d'embauche. Celle-ci comprend l'assurance vie, l'assurance invalidité de longue durée, l'assurance décès et mutilation accidentels, l'assurance vie collective des personnes à charge, l'assurance maladie, l'assurance dentaire et l'assurance soins de la vue.

Aux États-Unis, les employés à temps plein ainsi que leurs conjoints et les personnes à leur charge ont droit à l'assurance maladie le premier du mois suivant leur

date d'embauche. Nous offrons une gamme de régimes d'assurance médicale, dentaire et de soins de la vue à prix abordable. En outre, les employés ont accès à des régimes d'assurance vie, de décès et mutilation accidentels, d'invalidité de longue durée et d'invalidité de courte durée. Selon la bannière, certains de ces avantages complémentaires sont payés par l'entreprise.

## PROGRAMME DE RECOMMANDATION D'EMPLOYÉS

Dans le but de faire participer tous les employés au processus de recrutement de MTY, nous encourageons les équipes internes à identifier, au sein de leur réseau, des candidats exceptionnels, talentueux, engagés et reconnus dans leur domaine qui souhaiteraient se joindre à notre équipe.

Pour les remercier d'avoir fait la promotion des possibilités de carrière chez MTY, une prime leur est versée pour chaque recommandation qui aboutit à une nouvelle embauche.

## MODALITÉS DE TRAVAIL FLEXIBLES

MTY reconnaît l'importance de la flexibilité dans la vie de ses employés. La pandémie de COVID-19 a changé notre façon de travailler et nous a montré que les membres de notre équipe produisent un excellent travail aussi bien dans le cadre traditionnel du bureau qu'en dehors. Les employés du siège social ont la possibilité de travailler entièrement à distance, de manière hybride ou à temps plein dans les bureaux suite à la pandémie.

## CONGÉ RÉMUNÉRÉ

Nous pensons que le temps passé à l'extérieur du travail est essentiel à la santé et au bien-être des membres de notre équipe. Tous les employés à temps plein au Canada et aux États-Unis bénéficient d'au moins 10 jours de congés payés et accumulent au moins 15 jours de congés rémunérés. Au Canada, les membres de l'équipe ont également droit à 5 jours de maladie.

## PROGRAMME D'AIDE AUX EMPLOYÉS

Tous les membres de l'équipe MTY ont accès à un programme d'aide aux employés. Que ce soit au Canada ou aux États-Unis, le programme d'aide aux employés leur offre un accès confidentiel à des ressources qui contribuent à leur bien-être général, y compris du soutien psychologique et financier.

## SOUTIEN EN MATIÈRE DE RETRAITE

Au Canada, dans le cadre de notre régime d'achat d'actions des employés, MTY verse une cotisation égale à celle de l'employé.

Aux États-Unis, dans le cadre de notre régime d'épargne-retraite 401(k), MTY verse une cotisation égale à celle de l'employé. Les options de report avant impôt et Roth après impôt sont disponibles.

# SOUTIEN AUX FRANCHISÉS



Nos franchisés s'efforcent de fournir un service hors pair aux clients et d'être un employeur privilégié. Alors que nous nous engageons à être un Franchiseur de référence, nous voulons fournir à nos franchisés les outils et les ressources dont ils ont besoin pour atteindre et dépasser leurs objectifs d'affaires.



## RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ

Toutes les bannières fournissent un soutien aux opérations à nos franchisés sur le terrain. Leur objectif est d'aider les franchisés à réaliser des ventes rentables. Ces employés travaillent en partenariat avec nos franchisés afin de :

- Leur offrir un accompagnement et une formation;
- Leur fournir des mises à jour opérationnelles et des conseils sur la façon de les mettre en œuvre;
- Établir des canaux de communication directs entre les franchisés et les bannières.

## RECRUTEMENT ET RÉTENTION DE TALENTS

Au Canada, les franchisés ont accès aux programmes de travailleurs étrangers pour les aider à embaucher et à conserver leurs employés.

Aux États-Unis, les franchisés reçoivent une formation relative aux meilleures pratiques de recrutement et de fidélisation des employés. Le cas échéant, une tarification groupée est négociée pour les franchisés auprès de prestataires de services pour l'accélération du recrutement, l'intégration et les processus de paie.



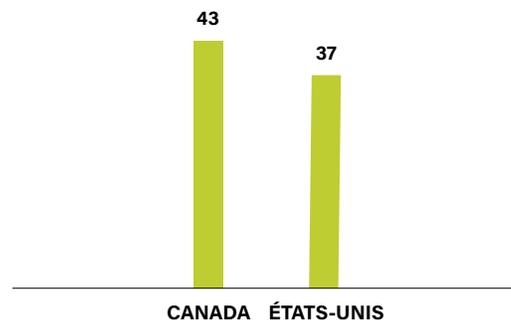
# CODE DE CONDUITE À L'INTENTION DES FOURNISSEURS DE MTY

MTY possède des valeurs profondément enracinées qui se reflètent dans les actions, les décisions et les démarches de chaque employé. Ces valeurs sont les suivantes :

- Nous sommes résolus à offrir une excellente expérience à nos clients;
- Nous sommes dévoués à notre personnel;
- Nous nous engageons à faire rigoureusement preuve d'éthique dans la conduite de nos affaires;
- Notre exploitation répond à un modèle d'entreprise rentable;
- Nous tenons résolument à réduire notre impact sur l'environnement;
- Nous nous efforçons sans cesse d'innover.

Puisque ces valeurs sont primordiales, nous souhaitons nous assurer qu'elles sont partagées par nos fournisseurs. Nous avons donc créé un code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY.

## % DES FOURNISSEURS QUI ONT SIGNÉ NOTRE CODE DE CONDUITE



GRI 102-16, 102-17, 205, 308-1, 403, 403-1, 403-7, 404, 406, 407, 408, 409 SASB FB-RN-430a.1

## LE BUT DU CODE DE CONDUITE DES FOURNISSEURS DE MTY EST D'ASSURER QUE CES DERNIERS S'ENGAGENT À:

- Agir avec intégrité et à respecter les pratiques de travail;
- Respecter la réglementation en matière de santé et de sécurité;
- Adhérer aux normes et à promouvoir les principes énoncés dans notre code de conduite;
- Respecter les trois piliers de développement durable que sont la nourriture, la planète et les gens, conformément aux engagements de MTY à leur égard.

## LES OBJECTIFS DE CE CODE DE CONDUITE SONT LES SUIVANTS :

- Travailler à l'approvisionnement de produits durables pour nos bannières;
- Veiller à ce que les fournisseurs fassent l'objet d'une évaluation et qu'ils s'engagent à se conformer à notre code chaque année;
- Pour s'assurer que nos fournisseurs surveillent leur chaîne d'approvisionnement et les assujettissent aux normes les plus élevées y compris leurs sous-traitants et affiliés.

## LE CODE DE CONDUITE DES FOURNISSEURS COMPORTE TROIS SECTIONS :

- **Intégrité commerciale**  
Cette section aborde le respect des lois anti-corruption, la protection des dénonciateurs, l'exactitude de la comptabilité, la confidentialité et la gestion des griefs.

- **Droits de la personne**

Cette partie traite de la liberté d'association, de l'absence de discrimination, de harcèlement ou d'abus, de salaires et d'avantages équitables, du statut de l'emploi, de l'engagement des fournisseurs à ne pas employer de main-d'œuvre mineure et de la garantie relative aux horaires de travail appropriés et aux jours de repos suffisants.

- **Milieu de travail**

Cette partie permet de s'assurer que nos fournisseurs offrent des conditions de travail saines et sécuritaires à leurs employés et qu'ils disposent d'un plan pour réduire leur impact sur l'environnement.

Les données rapportées couvrent l'exercice se terminant le 30 novembre 2021.

# SOUTIEN AUX COLLECTIVITÉS

Peu importe l'emplacement de nos restaurants, nous ressentons un sentiment d'appartenance avec les gens peuplent les communautés environnantes. Que ce soit en visitant nos restaurants pour créer de nouveaux souvenirs avec des proches, ou pour célébrer un anniversaire ou une étape importante, ou simplement pour partager un repas, nous sommes reconnaissants de cet appui. Nous pensons qu'il est important de retourner le soutien à nos communautés par le biais de diverses collectes de fonds. Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de ces activités menés au cours de notre l'année fiscale 2021.

- Le Club des petits déjeuners du Canada;
- Nous Aidons Canada;
- Anorexie et boulimie Québec (ANEB);
- Opération Enfant Soleil.

Parmi nos initiatives, on peut citer :

- L'appui des équipes sportives locales;
- Dons de denrées aux hôpitaux, écoles, banques alimentaires, résidences pour personnes âgées et autres organismes.



PLUS DE  
**580 000\$**  
AMASSÉS DANS LE CADRE DE NOS LEVÉES  
DE FONDS DOCUMENTÉES À L'APPUI DE NOS  
COMMUNAUTÉS LOCALES  
(EXCLUANT LES DONS DE DENRÉES)

Voici quelques exemples d'organismes que nous appuyons :

- Vrais Copains Canada;
- Les travailleurs de la santé de première ligne;




ONETREEPLANTED  
**3750 ARBRES**  
PLANTÉ PAR ONETREEPLANTED GRÂCE  
AU SOUTIEN DE THAI EXPRESS



# CYBERSÉCURITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

Le soutien de nos gens et de nos communautés passe par un engagement à protéger les renseignements à leur sujet et à les utiliser de manière responsable.

## GOVERNANCE

La surveillance et la responsabilité de la cybersécurité et de la protection des données incombent en dernier ressort au conseil d'administration. À ces fins, ce dernier nomme une équipe de direction qui voit à la gestion continue de ces enjeux. Les cadres supérieurs de la Société (y compris le chef de la direction et la chef de la direction financière) sont chargés de fournir des conseils sur l'appétit pour le risque et l'environnement commercial de la Société, d'affecter des fonds à ses divers programmes de cybersécurité et de protection des données et de superviser les personnes qui ont la tâche de gérer la stratégie et les activités en matière de technologie de l'information, de cybersécurité et de confidentialité des données.

Parmi les rôles clés relevant de l'équipe de la haute direction, mentionnons le vice-président des TI mondiales et le directeur principal de la cybersécurité et de la conformité informatique. Le vice-président des TI mondiales relève de la chef de la direction financière et supervise l'informatique dans toutes les divisions de MTY, y compris l'assistance aux utilisateurs, les systèmes des établissements, l'infrastructure, la cybersécurité et

l'architecture des données. Le directeur principal de la cybersécurité et de la conformité informatique, qui fait office de responsable de la sécurité informatique au sein de MTY, relève du vice-président des TI mondiales. Il gère la stratégie, la politique et les activités de cybersécurité dans toutes les divisions de MTY. Les différents directeurs informatiques responsables de la mise en œuvre des contrôles de sécurité et du maintien de systèmes sécurisés conformément aux directives émises par le directeur principal de la cybersécurité et de la conformité informatique relèvent également du vice-président des TI mondiales.

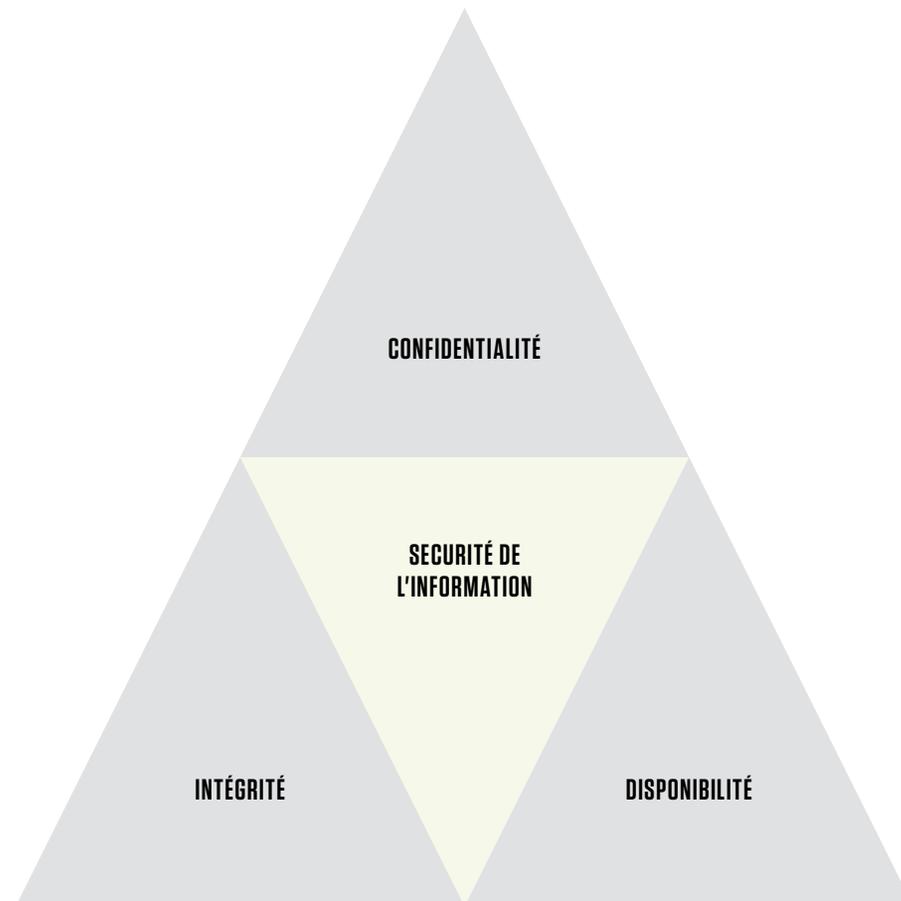


La Société a adopté une charte de sécurité de l'information signée par le chef de la direction qui sanctionne la création et la gestion continue d'un programme de cybersécurité d'entreprise applicable à toutes les entités MTY, actuelles et futures. La charte vise à garantir des balises communes en matière de sécurité dans toute l'entreprise et autorise le directeur principal de la cybersécurité et de la conformité informatique à publier des politiques de sécurité, à effectuer des évaluations de sécurité et à gérer les incidents de sécurité. Des politiques de cybersécurité supplémentaires peuvent exister dans certaines divisions, à condition qu'elles respectent ou dépassent les normes de l'entreprise. Les franchisés reçoivent des recommandations concernant les technologies de sécurité, dont les pare-feux informatiques, et sont tenus de respecter l'ensemble des lois et de la réglementation applicables.

## STRATÉGIE

MTY s'appuie fortement sur des systèmes d'information pour la gestion de ses chaînes d'approvisionnement, la comptabilité, le paiement de ses obligations, le recouvrement des transactions en trésorerie, par carte de crédit et par cartes de débit ainsi qu'à l'égard d'autres procédures et procédés. Dans le cadre de ses activités, la Société recueille et traite divers types d'informations et elle s'efforce de les protéger conformément aux pratiques exemplaires de l'industrie et aux lois et à la réglementation applicables.

La stratégie actuelle de la Société en matière de cybersécurité se concentre sur la mise en place et le développement de capacités à l'échelle de l'entreprise visant à protéger la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des informations. En raison de la forte expansion de la Société à la suite d'acquisitions ces dernières années, la stratégie implique la centralisation de la fonction de cybersécurité et l'établissement de capacités de base dans toutes les divisions de MTY. La Société met à exécution une feuille de route pluriannuelle en matière de sécurité afin de mettre en œuvre des mesures de référence dans l'ensemble de l'entreprise, y compris des mesures de protection supplémentaires pour les sites, systèmes et données présentant un risque plus élevé.



## GESTION DES RISQUES

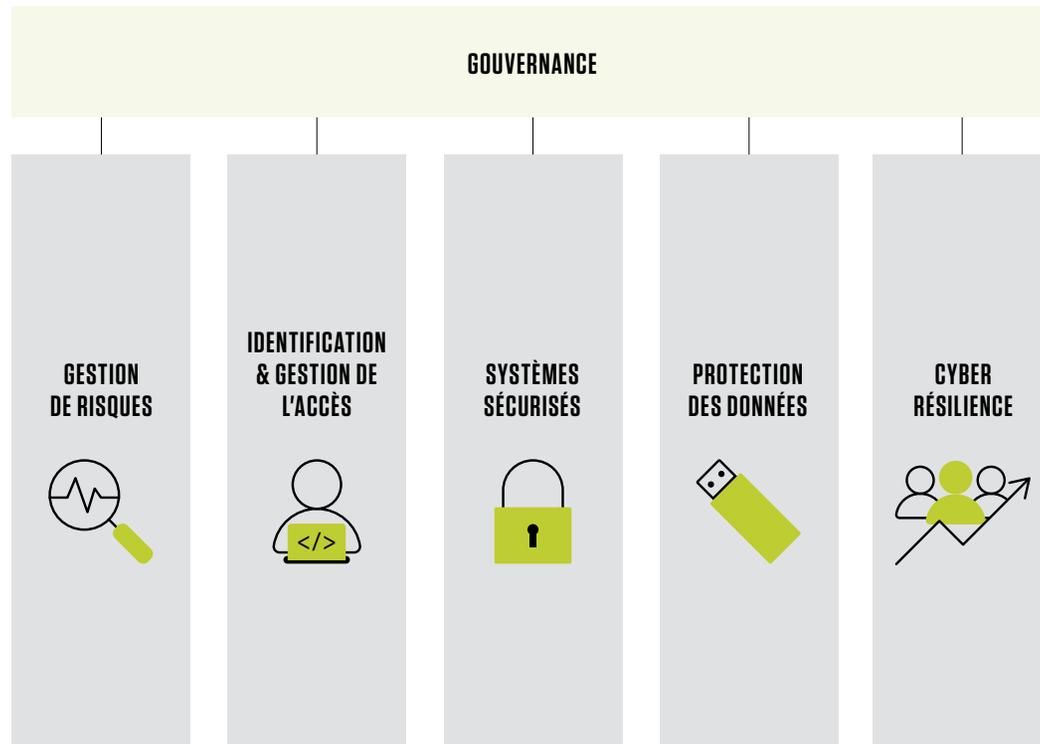
MTY s'appuie sur les cadres bien connus de l'industrie comme le cadre de cybersécurité du NIST et les contrôles de sécurité du CIS pour faciliter la gestion de son programme de cybersécurité. Pour établir la priorité des initiatives de sécurité et concevoir les contrôles, la Société tient compte de divers éléments, y compris les menaces internes et externes, les risques opérationnels et financiers, les exigences de conformité et les pratiques exemplaires de l'industrie.

La Société s'affaire activement à développer sa cyberculture et à devenir plus proactive et résiliente. Tous les employés et entrepreneurs de la Société sont tenus de suivre une formation périodique sur la sensibilisation à la sécurité qui porte sur des sujets tels que l'hameçonnage, les mesures à prendre pour protéger les informations sensibles et la marche à suivre en cas d'incident de sécurité présumé.

La Société a récemment mis en œuvre des mesures qui ont renforcé ses capacités de reprise après sinistre et mieux sécurisé son réseau et ses terminaux. Ces améliorations comprennent le déploiement de nouvelles technologies et l'intégration de tiers fournisseurs de services de sécurité qui assurent en tout temps une surveillance des systèmes.

La Société prévoit poursuivre ses efforts d'amélioration continue tout au long de l'année 2022, notamment dans les domaines de la gouvernance, des risques et de la conformité, de la gestion des identités et des accès, de la protection des données, de la sécurité des applications, de la sécurité infonuagique, de la gestion des vulnérabilités et de l'intervention en cas d'incident informatique.

## CADRE DE GESTION DES CYBERRISQUES DE MTY



# FEUILLE DE ROUTE POUR NOTRE PILIER GENS

## 2022

Étudier et publier les statistiques sur la diversité parmi les employés de notre siège social d'ici 2022.

## 2023

- Évaluer nos pratiques et nos initiatives actuelles en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, cerner et explorer les possibilités d'amélioration et faire appel à un tiers pour établir une stratégie DEI d'ici 2023;
- Exiger la formation des employés du siège social en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, ainsi qu'en cybersécurité et en protection des données, afin de publier des données sur le temps de formation moyen par année par employé d'ici 2023;
- Les employés seront encouragés à participer à un ou plusieurs événements conçus au profit d'une organisation caritative à partir de 2023. Les employés seront rémunérés pour leur temps et auront la possibilité de demander un hébergement à l'hôtel, si nécessaire.

## CYBERSÉCURITÉ ET DONNÉES

MTY s'appuie sur les principales agences de notation de la sécurité pour évaluer sa position en matière de sécurité par rapport à ses homologues de secteur. D'ici mi-2022, notre objectif est de figurer parmi les 50 % plus performants de nos homologues sectoriels. Nous investissons dans les personnes, les processus et les technologies qui renforceront notre capacité à évaluer les risques de sécurité et à en faire rapport. À mesure que notre programme de cybersécurité se développera et évoluera, nous suivrons les principaux indicateurs de risque et les mesures de sécurité. Ces futurs indicateurs et mesures porteront probablement sur des sujets tels que :

- La formation sur la sensibilisation à la sécurité;
- Les résultats des simulations d'hameçonnage;
- Les informations sur les actifs;
- L'efficacité des contrôles de sécurité;
- La correction des vulnérabilités;
- L'intervention en cas d'incident informatique.

# ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Le présent rapport contient certains énoncés relatifs à nos objectifs en matière de nourriture, de planète et de gens, ainsi que d'autres déclarations concernant nos attentes et nos projets, qui sont de nature prospective au sens de la loi américaine Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Tous les énoncés qui ne sont pas des faits historiques ou actuels et qui font référence à nos projets, initiatives, projections, objectifs, engagements ou attentes sont des énoncés prospectifs. Nous utilisons des termes tels que « prévoir », « entendre », « viser », « croire », « s'engager », « planifier », « estimer », « s'efforcer », « cibler », « chercher », « projeter », « s'attendre », « peut », « sera » ou d'autres expressions similaires pour désigner les énoncés prospectifs. Les énoncés prospectifs reflètent les attentes actuelles de la direction et s'appuient sur les informations dont nous disposons au moment où ils ont été faits; nous n'avons pas l'obligation de les mettre à jour. En raison de leur nature, ces énoncés comportent des incertitudes et des risques intrinsèques et les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux-ci en raison de divers facteurs, notamment l'évolution des stratégies de développement durable, la non-réalisation des attentes, des modifications à la réglementation gouvernementale ou d'autres changements de situation. Les déclarations et les engagements pris tout au long de ce rapport peuvent ne pas s'appliquer aux acquisitions de bannières effectuées par MTY après la publication de ce rapport.

# INDICES DU CONTENU SASB ET GRI 2021

La Global Reporting Initiative (GRI) est un organisme international indépendant de normalisation qui aide les entreprises, les gouvernements et d'autres organisations à comprendre et à communiquer leur impact sur des questions telles que le changement climatique, les droits de la personne et la corruption. Le Sustainability Accounting Standards Board (SASB) identifie le sous-ensemble de questions ESG les plus pertinentes pour la performance financière dans 77 industries. Les sujets ESG sont spécifiques à chaque industrie et sont développés sur la base de rétroactions approfondies des entreprises, des investisseurs et du marché.

Le rapport de développement durable 2021 de MTY est conforme aux cadres GRI et SASB. Les tableaux suivants présentent les mesures qui ont été abordées et font l'objet d'une divulgation. Ce rapport a été préparé conformément aux normes GRI : option de conformité essentielle.

# INDEX DU CONTENU SASB

TABLEAU 1. MESURES COMPTABLES ET SUJETS DE DIVULGATION RELATIFS AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

SUJET	MESURE COMPTABLE	CATÉGORIE	UNITÉ DE MESURE	CODE	RÉPONSE
Sécurité alimentaire	(1) Pourcentage de restaurants inspectés par un organisme de surveillance de la sécurité alimentaire	Quantitatif	Pourcentage (%)	FB-RN-250a.1	(1) La totalité de nos restaurants sont inspectés régulièrement par un membre de l'équipe de santé et de salubrité de MTY et par les organismes d'inspection sanitaire provinciaux, régionaux ou étatiques. Salubrité des aliments : Audits (page 17)
	(1) Nombre de rappels émis et quantité (2) totale de produits alimentaires rappelés	Quantitatif	Nombre, tonnes métriques (t)	FB-RN-250a.2	(1) En 2021, 4 produits alimentaires de MTY ont fait l'objet d'un rappel au Canada et un fournisseur a fait un rappel volontaire de produit alimentaire aux États-Unis. Aucun de ces rappels ne vise des produits de marque maison. MTY dispose d'un solide plan de communication et de rappel de produits qui nous permet de réagir rapidement et efficacement en cas de rappels, (2) La quantité totale de produits rappelés au Canada était d'environ 18 000 kg. Nous ne disposons pas de cette donnée pour le rappel effectué aux États-Unis. Plan de communication et de rappel de produits (page 18)
	Nombre de foyers de maladies d'origine alimentaire confirmés, pourcentage faisant l'objet d'une enquête de l'U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC, ou Centres pour le contrôle et la prévention des maladies)	Quantitatif	Nombre, pourcentage (%)	FB-RN-250a.3	Il n'y a eu aucun foyer de maladie d'origine alimentaire confirmé faisant l'objet d'une enquête de l'U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC) durant l'exercice considéré.
Nutritional Content	(1) Pourcentage d'options de menu en accord avec les recommandations nutritionnelles nationales et (2) les revenus provenant de ces options.	Quantitatif	Pourcentage (%), devise du rapport	FB-RN-260a.1	80% de nos bannières affichent les tableaux d'allergènes de leurs menus sur leurs sites Web ou les mettent à la disposition de nos clients. 73% de nos bannières publient des informations nutritionnelles sur leurs produits. D'ici 2024, nous souhaitons que toutes les marques publient des informations nutritionnelles, y compris leurs tableaux d'allergènes.
	(1) Pourcentage d'options de menu pour enfants en accord avec les recommandations nutritionnelles nationales pour les enfants.	Quantitatif	Pourcentage (%), devise du rapport	FB-RN-260a.2	(1) 45% des offres de nos bannières qui proposent des menus pour enfants répondent aux lignes directrices en matière d'alimentation. Cependant, nos clients ont la possibilité de personnaliser leur menu en fonction de leurs besoins et de leurs choix alimentaires. Nous visons à ce que 80% de ces menus pour enfants respectent les lignes directrices en matière d'alimentation d'ici 2024. Marketing et communications (page 20)
	Nombre des impressions publicitaires sur les enfants, pourcentage promouvant des produits conformes aux recommandations nutritionnelles nationales pour les enfants	Quantitatif	Nombre, pourcentage (%)	FB-RN-260a.3	Nous suivons les directives canadiennes et américaines visant à limiter le marketing destiné aux enfants. Marketing et communications (page 20)

Les données rapportées couvrent l'exercice se terminant le 30 novembre 2021.

SUJET	MESURE COMPTABLE	CATÉGORIE	UNITÉ DE MESURE	CODE	RÉPONSE
Pratiques de travail	(1) Taux de roulement volontaire et (2) involontaire des employés de restaurants.	Quantitatif	Taux	FB-RN-310a.1	Nous n'avons pas fait le suivi des taux de roulement volontaire et involontaire des employés de nos restaurants durant l'exercice considéré, mais le taux de roulement global est de 141 %.
	(1) Rémunération horaire moyenne, par région et (2) pourcentage d'employés de restaurants gagnant le salaire minimum, par région	Quantitatif	Devise du rapport, pourcentage (%)	FB-RN-310a.2	Notre objectif est de faire passer le salaire minimum à 15 \$ de l'heure d'ici 2023 aux États-Unis. Au Canada, la rémunération horaire moyenne était de 14,76 \$ en 2021. Notre objectif est de faire passer le salaire minimum à 15 \$ de l'heure d'ici 2022.
	Montant total des pertes financières à la suite de procédures judiciaires associées (1) aux infractions au droit du travail et (2) à la discrimination dans l'emploi	Quantitatif	Devise du rapport	FB-RN-310a.3	Nous n'avons subi aucune perte à la suite de procédures judiciaires associées à des infractions au droit du travail et à la discrimination en matière d'emploi en 2021.
Gestion de la chaîne d'approvisionnement et approvisionnement en aliments	Pourcentage des aliments acquis qui (1) respectent les normes environnementales et sociales d'approvisionnement et (2) sont certifiés conformes aux normes environnementales et/ou sociales tierces.	Quantitatif	Pourcentage (%) par coût	FB-RN-430a.1	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	Pourcentage (1) des œufs produits dans un environnement sans cages et (2) du porc produit sans l'utilisation de cages de gestation.	Quantitatif	Pourcentage (%) par nombre, pourcentage (%) par poids	FB-RN-430a.2	Nous nous engageons à travailler avec nos fournisseurs afin d'en arriver à n'utiliser que des œufs de poules élevées en liberté d'ici 2025, dans la mesure du possible. Feuille de route de notre pilier Planète (page 28)
	Discussion sur la stratégie de gestion des risques environnementaux et sociaux au sein de la chaîne d'approvisionnement, y compris pour le bien-être animal.	Discussion et analyse	S.O.	FB-RN-430a.3	Bien-être animal (page 26)

**TABLEAU 2. MESURES D'ACTIVITÉ**

MESURE D'ACTIVITÉ	CATÉGORIE	UNITÉ DE MESURE	CODE	RÉPONSE
Nombre de restaurants (1) possédés par l'entreprise et (2) franchisés	Quantitatif	Nombre	FB-RN-000.A	(1) Au 30 novembre 2021, MTY était propriétaire de 90 restaurants. (2) Au 30 novembre 2021, MTY avait 6 603 restaurants franchisés.
Nombre d'employés de restaurants (1) possédés par l'entreprise et (2) franchisés.	Quantitatif	Nombre	FB-RN-000.B	(1) Au 30 novembre 2021, 986 employés travaillaient dans les restaurants dont MTY est propriétaire au Canada et aux États-Unis. (2) Nous ne tenons pas de données sur le nombre d'employés dans les restaurants franchisés.

# GRI CONTENT INDEX

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>GRI 101: PRINCIPES GÉNÉRAUX 2016</b>			
<b>GRI 102: ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION 2016</b>			
Profil de l'organisation	102-1	Nom de l'organisation	Groupe d'alimentation MTY inc. À propos du présent rapport (page 4)
	102-2	Activités, marques, produits et services	À propos de MTY (pages 6 à 8)
	102-3	Lieu géographique du siège	À propos de MTY (pages 6 à 8)
	102-4	Lieu géographique des sites d'activité	À propos de MTY (pages 6 à 8)
	102-5	Capital et forme juridique	À propos de MTY (pages 6 à 8)
	102-6	Marchés desservis	Notice annuelle À propos de MTY (pages 6-8)
	102-7	Taille de l'organisation	Rapport de gestion États financiers Circulaire d'information À propos de MTY (page 6)
	102-8	Informations concernant les employés et les autres travailleurs	Nos priorités en ce qui concerne les gens (page 36) Maintien en poste, attraction et rotation des talents (page 39) Culture et diversité, équité et inclusion (page 41)
	102-9	Chaînes d'approvisionnement	Priorités et surveillance en matière de chaîne d'approvisionnement (page 12)
	102-10	Modifications significatives de l'organisation et de sa chaîne	Circulaire d'information, rapport de gestion
	102-11	Principe de précaution ou approche préventive	MTY n'as pas de politique officielle sur le principe de précaution, mais elle évalue les risques à l'échelle de notre organisation
	102-12	Initiatives externes	Mobilisation des parties prenantes (page 35)
	102-13	Adhésion à des associations	MTY est membre de Restaurants Canada, de la National Restaurant Association et de l'Institute of Finance Management (IOFM)

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION (SUITE)</b>			
Stratégie	102-14	Déclaration du décideur le plus haut placé	Message du chef de la direction (page 5)
	102-15	Principaux impacts, risques et opportunités	Évaluation de l'importance relative (page 10) Feuille de route de notre pilier Nourriture (page 21) Feuille de route de notre pilier Planète (page 28) Feuille de route de notre pilier Gens (page 49)
Éthique et intégrité	102-16	Valeurs, principes, normes et règles de conduite	Guide de l'employé de MTY Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	102-17	Mécanismes de conseil et de gestion des préoccupations concernant les questions éthiques	Guide de l'employé de MTY Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
Gouvernance	102-18	Structure de gouvernance	Circulaire d'information de MTY (pages 12 à 20) Notre conseil d'administration (pages 30 à 31)
	102-19	Délégation de l'autorité	Notre conseil d'administration (pages 30 à 31)
	102-20	Responsabilité de la direction en lien avec les enjeux économiques, environnementaux et sociaux	Notre conseil d'administration (pages 30 à 31) Les membres du comité ESG de MTY (page 34)
	102-21	Consultation des parties prenantes au sujet des enjeux économiques, environnementaux et sociaux	Notre conseil d'administration (pages 30 à 31) Les membres du comité ESG de MTY (page 34)
	102-22	Composition de l'organe de gouvernance le plus élevé et de ses comités	Circulaire d'information de MTY (pages 9 à 18) Notre conseil d'administration (pages 30-31)
	102-23	Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé	Circulaire d'information de MTY (page 9)
	102-24	Nomination et sélection des membres l'organe de gouvernance le plus élevé	Circulaire d'information de MTY (page 15)
	102-25	Conflits d'intérêts	Circulaire d'information de MTY (page 11)
	102-26	Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la définition de l'objet social, des valeurs et de la stratégie	Notre conseil d'administration (pages 30-31) Approche de gestion et politiques connexes (page 33)
102-27	Connaissance partagée de l'organe de gouvernance le plus élevé	Les membres du comité ESG de MTY (page 34)	

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION (SUITE)</b>			
Gouvernance	102-31	Examen des enjeux économiques, environnementaux et sociaux	Les membres du comité ESG de MTY (page 34)
	102-32	Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting de développement durable	À propos du présent rapport (page 4)
	102-33	Communication des préoccupations majeures	Nos contrôles internes sont examinés lors des réunions trimestrielles du comité d'audit. De plus, le président du comité d'audit a des entretiens téléphoniques trimestriels avec les parties prenantes internes et externes concernées.
	102-35	Remuneration policiés	Circulaire d'information de MTY (pages 22-32)
	102-36	Procédure de détermination de la rémunération	Circulaire d'information de MTY (pages 22-32)
	102-37	Implication des parties prenantes dans la rémunération	Circulaire d'information de MTY (pages 22-32)
Stakeholder Engagement	102-40	Liste des groupes de parties prenantes	Mobilisation des parties prenantes (page 35)
	102-41	Accords de négociation collective	Quelque 3,4 % de nos employés sont visés par une convention collective (65 employés sur l'effectif de 1 888 personnes qui travaillent dans nos bureaux, nos établissements propriétaires et nos usines de fabrication au Canada et aux États-Unis). Ces 65 membres sont employés par l'une de nos usines de fabrication.
	102-42	Identification et sélection des parties prenantes	Mobilisation des parties prenantes (page 35)
	102-43	Approche de l'implication des parties prenantes	Mobilisation des parties prenantes (page 35) Culture et développement de carrière (page 37)
	102-44	Enjeux et préoccupations majeurs soulevés	Mesures prises en réponse à la COVID-19 (page 9) Traitement des plaintes (page 18) Culture et développement de carrière (page 37)

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX D'INFORMATION (SUITE)</b>			
Pratique de reporting	102-45	Entités incluses dans les états financiers consolidés	Consolidated Financial Statements of MTY Food Group Inc. (page 15)
	102-46	Définition du contenu du rapport et des périmètres de l'enjeu	À propos du présent rapport (page 4) Évaluation de l'importance relative (page 10)
	102-47	Liste des enjeux pertinents	Évaluation de l'importance relative (page 10)
	102-48	Réaffirmation des informations	Le présent document constitue le premier rapport de MTY sur le développement durable.
	102-49	Modifications relatives au reporting	Le présent document constitue le premier rapport de MTY sur le développement durable.
	102-50	Période de reporting	À propos du présent rapport (page 4)
	102-51	Date du rapport le plus récent	Le présent document constitue le premier rapport de MTY sur le développement durable.
	102-52	Cycle de reporting	À propos du présent rapport (page 4)
	102-53	Point de contact pour les questions relatives au rapport	À propos du présent rapport (page 4)
	102-54	Déclarations de reporting en conformité avec les normes GRI	À propos du présent rapport (page 4) Index du contenu SASB et GRI 2021 (page 51)
	102-55	Index du contenu GRI	Pages 55-66
	102-56	Vérification externe	Nous ne faisons pas appel à des parties prenantes externes à l'heure actuelle, mais différentes parties internes et le conseil d'administration ont examiné le présent rapport.

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>GRI 200 : ENJEUX ÉCONOMIQUES</b>			
GRI 201 : Performance économique 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	États financiers consolidés de Groupe d'Alimentation MTY inc.
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	États financiers consolidés de Groupe d'Alimentation MTY inc.
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	États financiers consolidés de Groupe d'Alimentation MTY inc.
	201-1	Valeur économique directe générée et distribuée	États financiers consolidés de Groupe d'Alimentation MTY inc.
	201-4	Aide financière publique	États financiers consolidés de Groupe d'Alimentation MTY inc. (page 30)
GRI 205 : Lutte contre la corruption 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	205-3	Cas avérés de corruption et mesures prises	Il n'y a eu aucun cas avéré de corruption en 2021.
GRI 206 : Comportement anticoncurrentiel 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Code de conduite des employés de MTY
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Code de conduite des employés de MTY
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Code de conduite des employés de MTY
	206-1	Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust	Aucune action en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust n'a été intentée en 2021.

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION		NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>GRI 300 : ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX</b>				
GRI 301 : Matières 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Évaluation de l'importance relative (page 10) Nos stratégies et approches de gestion pour la planète (page 23) Emballages (page 24) Échéancier des objectifs liés aux emballages canadiens (page 25) Gestion des déchets (page 27)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Évaluation de l'importance relative (page 10) Nos stratégies et approches de gestion pour la planète (page 23) Emballages (page 24) Échéancier des objectifs liés aux emballages canadiens (page 25) Gestion des déchets (page 27)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Évaluation de l'importance relative (page 10) Nos stratégies et approches de gestion pour la planète (page 23) Emballages (page 24) Échéancier des objectifs liés aux emballages canadiens (page 25) Gestion des déchets (page 27)	
GRI 305 : Émissions 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Feuille de route de notre pilier Planète (page 28)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Feuille de route de notre pilier Planète (page 28)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Feuille de route de notre pilier Planète (page 28)	
GRI 306 : Déchets 2020	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Gestion des déchets (page 27)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Gestion des déchets (page 27)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Gestion des déchets (page 27)	
GRI 308 : Évaluation environnementale des fournisseurs 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Évaluation de l'importance relative (page 10)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Évaluation de l'importance relative (page 10)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Évaluation de l'importance relative (page 10)	
	308-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux	Salubrité des aliments : Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments (page 14) Bien-être animal (page 26) Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>GRI 400 : ENJEUX SOCIAUX</b>			
GRI 401 : Emploi 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Avantages sociaux (page 42)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Avantages sociaux (page 42)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Avantages sociaux (page 42)
	401-1	Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel	Maintien en poste, attraction et rotation des talents (page 39)
	401-2	Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel	Avantages sociaux (page 43)
	401-3	Congé parental	Maintien en poste, attraction et rotation des talents (page 39)
GRI 402 : Relations employés/ direction 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Groupe d'Alimentation MTY inc. comprend à quel point il est important d'offrir un milieu de travail au sein duquel les droits de la personne sont défendus et respectés. La politique de MTY sur la conduite des affaires énonce les normes éthiques qui s'appliquent à l'ensemble de nos activités. Elle vise tous les administrateurs, dirigeants et employés de MTY, ainsi que nos mandataires internationaux, consultants et partenaires dans des coentreprises et tous les tiers représentants qui agissent en notre nom. Nous respectons le droit des employés de s'associer ou non à un groupe, dans la mesure permise par les lois et la réglementation applicables. Nous exigeons le respect de toutes les lois locales en matière de travail dans chaque marché au sein duquel nous exerçons des activités.
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	
	402-1	Périodes minimales de préavis pour les modifications opérationnelles	

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ENJEUX SOCIAUX (SUITE)</b>			
GRI 403: Santé et sécurité au travail	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44) Salubrité des aliments (page 13) Guide de l'employé de MTY
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Évaluation de l'importance (page 10) Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44) Salubrité des aliments (page 13) Guide de l'employé de MTY
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Évaluation de l'importance (page 10) Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44) Salubrité des aliments (page 13) Guide de l'employé de MTY
	403-1	Système de management de la santé et de la sécurité au travail	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15) Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44) Salubrité des aliments (page 13)
	403-2	Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables	Salubrité des aliments : Audits (page 17) Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15)
	403-3	Services de santé au travail	Salubrité des aliments (page 13) Avantages sociaux (page 42) Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15)
	403-4	Participation et consultation des travailleurs et communication relative à la santé et à la sécurité au travail	Salubrité des aliments : Audits (page 17)
	403-5	Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15) Salubrité des aliments : Audits (page 17) Guide de l'employé de MTY
	403-6	Promotion de la santé des travailleurs	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15) Avantages sociaux (page 42) Guide de l'employé de MTY

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ENJEUX SOCIAUX (SUITE)</b>			
GRI 403 : Santé et sécurité au travail 2018	403-7	Prévention et réduction des impacts sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations d'affaires	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44) Salubrité des aliments : Audits (page 17) Avantages sociaux (page 42)
	403-8	Travailleurs couverts par un système de management de la santé et de la sécurité au travail	Avantages sociaux (page 42)
	403-9	Accidents de travail	Avantages sociaux (page 42)
	403-10	Maladies professionnelles	Avantages sociaux (page 42)
GRI 404 : Formation et éducation 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15) Culture et développement de carrière (pages 37 et 38) Soutien aux franchisés (page 44)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15) Culture et développement de carrière (pages 37 et 38) Soutien aux franchisés (page 44)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15) Culture et développement de carrière (pages 37 et 38) Soutien aux franchisés (page 44)
	404-1	Nombre moyen d'heures de formation par an par employé	Salubrité des aliments : Éducation et formation (page 15)
	404-2	Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition	Culture et développement de carrière (pages 37 et 38)
	404-3	Pourcentage d'employés bénéficiant de revues de performance et d'évolution de carrière	Culture et développement de carrière (pages 37 et 38)

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ENJEUX SOCIAUX (SUITE)</b>			
GRI 405 : Diversité et égalité des chances 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Culture et diversité, équité et inclusion (page 41)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Culture et diversité, équité et inclusion (page 41)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Culture et diversité, équité et inclusion (page 41)
	405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	Notre conseil d'administration (pages 30 et 31) Maintien en poste, attraction et rotation des talents (pages 39 et 40)
GRI 406 : Lutte contre la discrimination 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	MTY maintient un environnement de travail exempt de discrimination. Des politiques visant à promouvoir cet engagement et à protéger nos employés sont énoncées dans le guide d'accueil que nous remettons à chaque employé. Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	MTY maintient un environnement de travail exempt de discrimination. Des politiques visant à promouvoir cet engagement et à protéger nos employés sont énoncées dans le guide d'accueil que nous remettons à chaque employé. Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	MTY maintient un environnement de travail exempt de discrimination. Des politiques visant à promouvoir cet engagement et à protéger nos employés sont énoncées dans le guide d'accueil que nous remettons à chaque employé. Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)
	406-1	Cas de discrimination et mesures correctives prises	MTY n'a relevé aucun cas de discrimination et n'a pas eu à prendre de mesures correctives à cet égard en 2021.

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION		NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ENJEUX SOCIAUX (SUITE)</b>				
GRI 407: Liberté syndicale et négociation collective 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
GRI 408: Travail des enfants 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
GRI 409 : Travail forcé ou obligatoire 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (page 44)	
GRI 413 : Communautés locales 201026	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Appui offert à nos collectivités (page 45)	
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Appui offert à nos collectivités (page 45)	
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Appui offert à nos collectivités (page 45)	

NORME GRI	ÉLÉMENT D'INFORMATION	NUMÉRO(S) DE PAGE ET/OU URL	OMISSION
<b>ENJEUX SOCIAUX (SUITE)</b>			
GRI 416: Santé et sécurité des consommateurs 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Salubrité des aliments : Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments (page 14) Salubrité des aliments : Plan de communication et de rappel de produits (page 18) Salubrité des aliments : Traitement des plaintes (page 18)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Salubrité des aliments : Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments (page 14) Salubrité des aliments : Plan de communication et de rappel de produits (page 18) Salubrité des aliments : Traitement des plaintes (page 18)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Salubrité des aliments : Intervention des fournisseurs et entreposage des aliments (page 14) Salubrité des aliments : Plan de communication et de rappel de produits (page 18) Salubrité des aliments : Traitement des plaintes (page 18)
GRI 417: Commercialisation et étiquetage 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Marketing et communications (page 20)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Marketing et communications (page 20)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Marketing et communications (page 20)
GRI 418: Confidentialité des données des clients 2016	103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Cybersécurité et protection des données (pages 46 à 48)
	103-2	L'approche managériale et ses composantes	Cybersécurité et protection des données (pages 46 à 48)
	103-3	Évaluation de l'approche managériale	Cybersécurité et protection des données (pages 46 à 48)

**“LET’S ROLL”**

*Sturley*