

MISE À JOUR RELATIVE AU RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022

GROUPE
MTY
GROUP



COMMANDEZ
ICI

SMOOTHIES ÉNERGÉTIQUES

EAU DU DRAGON	5.95	COUP DE CŒUR BLEU	8.75
VERT ÉCLATANT	8.45	COUP FROIS BONITE	8.25
JUGO CAFE INFUSE	8.45	L'AMOUR DE LAVANDE	8.75
CHOU-CHOU	8.40	MATCHA À LA VANILLE	8.75

SMOOTHIES D'IMMUNITÉ

BOISSON D'OR	8.75	TOURBILLON DE MIEL	8.45
OR LIQUIDE	8.75	POUR UN	8.45
BOISSON D'OR	8.75	POUR UN	8.45

JUS FRAÎCHEMENT PRESÉS

POMME	8.95
TROPLEMENT CHARGÉ	8.95
ORANGE	8.25
BETTE-BAVIE	8.95
LIMONADE-CHOU FROIS	8.95
BOISSON D'OR	8.45

BOIS-BOUDDHA

SALADE DE SALADES	10.95
POULET AÏAÏTOU	12.95
NOIR SAMAN	14.95
POULET ET AVOCAT	8.25
POULET THAI	8.25
SOUPES DU MOUR	8.50

WRAPS

PETIT-BOUDDHA THAI	7.45
PETIT-BOUDDHA BUR	7.45
VEGETARIEN	7.35
POULET ET AVOCAT	8.25
POULET THAI	8.25
SOUPES DU MOUR	8.50

COMBO

BOISSON D'OR	8.75
BOISSON D'OR	8.75
BOISSON D'OR	8.75

THE NOIR AU L

THE NOIR AU L	8.75
THE NOIR AU L	8.75
THE NOIR AU L	8.75

EN ROUTE VERS
UN MTY
PLUS DURABLE

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

- 4 À propos du présent rapport
- 5 Message du chef de la direction
- 6 Message de la vice-présidente, approvisionnement et développement durable
- 7 Équipe ESG de MTY
- 9 Harmonisation avec les objectifs de développement durable des Nations Unies

ALIMENTATION

- 11 Notre impact en matière d'alimentation
- 12 Notre contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies
- 13 Bilan de nos progrès relatifs à l'alimentation
 - 13 Salubrité des aliments
 - 14 Conception de recettes et valeur nutritive
 - 15 Menus pour enfants
 - 16 Bien-être animal
- 17 Alimentation : Nouveaux engagements

PLANÈTE

- 19 Notre impact sur la planète
- 20 Notre contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies
- 21 Bilan de nos progrès relatifs à la planète
 - 21 Emballages
 - 23 Gestion des déchets
 - 25 Émissions
- 26 Planète : Nouveaux engagements

GENS

- 28 Notre impact sur les gens
- 29 Notre contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies
- 31 Bilan de nos progrès relatifs aux gens
 - 31 Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY
 - 33 Culture et diversité, équité et inclusion
 - 35 Soutien aux collectivités
 - 36 Cybersécurité et protection des données
- 37 Gens : Nouveaux engagements

ÉNONCÉS PROSPECTIFS



À PROPOS DU PRÉSENT RAPPORT

Pour faire suite à notre premier rapport publié l'an dernier, nous sommes fiers de présenter ce rapport sur les progrès réalisés dans l'atteinte de nos objectifs de développement durable durant l'exercice clos le 30 novembre 2022. Pour donner une idée de l'état d'avancement de nos efforts, nous avons utilisé les icônes suivantes pour illustrer où nous en sommes dans l'atteinte de nos divers objectifs :

PHASE PRÉLIMINAIRE 

SUR LA BONNE VOIE 

OBJECTIF ATTEINT! 

Tout au long du rapport, vous en apprendrez davantage sur les nouveaux engagements et initiatives qui seront mis en œuvre dans les années à venir. Nous publierons en 2024 notre prochain rapport complet, qui portera sur nos données de 2023.

Dans la totalité de ce rapport, les références à MTY peuvent inclure des activités réalisées par des filiales de Groupe d'Alimentation MTY Inc. Toutefois, ce rapport porte sur les activités réalisées par des bannières qui ont fait partie de MTY durant tout l'exercice financier 2022. Il ne tient pas compte des bannières qui ont intégré MTY en cours d'exercice, comme BBQ Holdings, ou dont nous avons fait l'acquisition pendant l'exercice 2023 comme Wetzel's Pretzels et Sauce Pizza and Wine.

Nous sommes conscients que le développement durable est un travail évolutif. C'est un parcours que nous prenons très au sérieux et nous réfléchissons longuement à la définition d'objectifs significatifs, en sachant que nous suivrons les progrès accomplis et déterminerons les indicateurs clés de performance (ICP) qui nous permettront de mesurer ces progrès. De plus, nous reconnaissons que des ajustements pourront devenir nécessaires en cours de route à mesure que notre contexte de développement durable évoluera. À titre d'exemple, nous avons renommé le pilier Nourriture pour Alimentation qui à notre avis a un sens qui englobe mieux nos objectifs. De plus, les initiatives de bien-être animal, qui figurait sous le pilier Planète, seront désormais abordées sous le pilier Alimentation.

MTY est responsable de la préparation et de l'intégrité du contenu du présent rapport. Tous les individus qui ont collaboré à l'élaboration du rapport, ainsi que certains membres de la direction de la société, ont examiné et approuvé son contenu et les données qu'il renferme. Ce rapport a été formellement revu et approuvé par le conseil d'administration. Ce rapport n'a pas fait l'objet d'une vérification externe.

Merci de prendre le temps de le lire. Vos questions ou commentaires au sujet de ce rapport sont les bienvenus. Envoyez-les-nous à sustainability@mtygroup.com.



MESSAGE DU CHEF DE LA DIRECTION



L'an dernier, MTY a présenté son premier rapport Environnement, Social et Gouvernance (« ESG ») qui décrivait certaines de nos priorités et ambitions pour l'avenir. Ce fut un grand pas en avant dans la communication de nombreuses réalisations et objectifs qui ont toujours été au cœur de la famille MTY. Dans ce deuxième rapport, nous présentons les progrès que nous faisons vers ces objectifs, en ajoutant certains et en ajustant d'autres là où les apprentissages de la dernière année indiquent que nous devons clarifier ou modifier notre approche. Les informations sont présentées conformément aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies, qui sont nouveaux cette année.

Dans le cadre de notre engagement à être une entreprise citoyenne, nous avons développé un cadre composé de trois piliers principaux : la nourriture que nous servons, la planète sur laquelle nous vivons et les personnes avec lesquelles nous interagissons en tant qu'employés, clients ou citoyens des communautés dans lesquelles nos restaurants fonctionnent. Ce rapport d'avancement présente des données sur nos actions pour nous approvisionner de manière responsable, améliorer la qualité de nos aliments, réduire notre impact sur l'environnement et avoir un impact positif sur les communautés. MTY vend du bonheur, et cela doit se refléter non seulement dans l'expérience client, mais aussi dans le résultat de nos actions dans tous les aspects de l'entreprise.

Je suis fier des progrès que nous avons réalisés depuis notre premier rapport ESG. Nous sommes maintenant mieux placés pour évaluer et comprendre le travail qui devra être fait afin d'atteindre nos objectifs à plus long terme. Nous serons systématiques dans notre approche, nous attaquant à tout moment à un petit ensemble de priorités afin d'avoir

une approche plus ciblée pour apporter des améliorations significatives dans tous les aspects de notre entreprise.

Ce n'est que le début, et au fur et à mesure que nous gagnerons du momentum, je suis convaincu que donner la priorité à la durabilité nous aidera à faire une différence pour toutes les parties prenantes de MTY. Notre équipe de classe mondiale continuera de travailler à la création de changements significatifs à grande échelle et à l'élargissement du nombre et de la portée de nos objectifs à mesure que nous mûrissons dans le processus ESG.

Enfin, nous avons récemment ajouté des marques remarquables à notre portefeuille avec les acquisitions de BBQ Holdings, Wetzel's Pretzels et Sauce Pizza and Wine. Bien que ce rapport n'inclue pas leurs réalisations et leurs objectifs en matière de développement durable, nous prévoyons les inclure dans nos prochains rapports au fur et à mesure de leur intégration à la famille MTY.

Cordialement,

Éric Lefebvre, CPA, MBA

Chef de la direction

MESSAGE DE LA VICE-PRÉSIDENTE, APPROVISIONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE



Dans cette mise à jour, nous examinons comment un état d'esprit axé en permanence sur le développement durable s'applique aux piliers ESG de MTY que sont l'alimentation, la planète et les gens. Nous nous engageons à planifier l'avenir et à viser l'atteinte de résultats à long terme plus positifs pour tous. Grâce à cet engagement, nous comprenons que le chemin le plus sûr pour atteindre des résultats positifs est d'utiliser la sagesse accumulée et les diverses perspectives de MTY pour continuer à prendre de meilleures décisions.

C'est dans cette optique que nous avons mis en œuvre plusieurs initiatives pour soutenir le pilier alimentation de MTY, qui comprend l'engagement d'offrir des produits alimentaires délicieux et accessibles à un large éventail de clients, en continuant de mettre l'accent sur une meilleure alimentation et la transparence nutritionnelle. De plus, nous accordons beaucoup d'importance au bien-être animal et considérons le traitement sans cruauté des animaux destinés à la production alimentaire comme une priorité sociale et éthique. Nos clients doivent pouvoir faire confiance à l'intégrité de la nourriture que nous servons et nous sommes dévoués à tout mettre en œuvre pour répondre à cette attente.

Nous reconnaissons que nous avons la responsabilité d'aider à protéger la planète. Nous sommes donc résolus à réduire le plus possible notre impact sur l'environnement et à continuer d'élaborer des objectifs et des stratégies qui nous permettront de mesurer notre empreinte carbone et de la réduire. Nous appuyons aussi les initiatives qui visent à améliorer la durabilité de l'environnement à l'échelle mondiale, comme les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies.

En tant qu'entreprise, nous jugeons important de soutenir les collectivités dans lesquelles nous exerçons des activités et les causes qui tiennent à cœur à notre réseau et à nos gens. Au fil des années, nous avons mis en œuvre plusieurs initiatives philanthropiques à cette fin, y compris des dons de charité et du bénévolat. Elles sont abordées dans ce rapport. Nous croyons également qu'il est essentiel de prendre soin de nos gens, en promouvant la diversité, l'équité et l'inclusion (DEI) et en leur offrant un environnement et des ressources propices à leur épanouissement. Nous nous sommes donnés comme mission de développer notre culture d'entreprise et présentons dans ce rapport les progrès que nous avons accomplis dans la dernière année en matière de DEI.

Nous sommes fiers de nos réalisations dans ces domaines et ravis de vous en faire part. Il nous reste beaucoup à faire et nous allons poursuivre nos efforts quotidiens qui contribueront à améliorer encore plus notre alimentation et le bien-être de la planète et de nos gens.

Avec toute ma reconnaissance,

Katherine Ma

Vice-Présidente, approvisionnement et développement durable

ÉQUIPE ESG DE MTY

Le conseil d'administration est responsable de la gouvernance de MTY. Son rôle consiste principalement à acquitter les tâches de planification stratégique et de surveillance des questions qui concernent MTY et à rester bien informé et pleinement engagé en la matière. Même si le conseil d'administration est ultimement responsable de l'atteinte des différentes cibles définies dans le cadre du programme ESG de MTY, c'est l'équipe ESG qui est chargée de la gouvernance d'entreprise qui touche notre parcours ESG et les piliers qui en font partie. L'équipe ESG aide le conseil d'administration à créer des objectifs, des indicateurs et des cibles qui seront intégrés au plan de développement durable à long terme et à surveiller les progrès accomplis quant à l'atteinte de ces objectifs.

L'équipe ESG de MTY a été mise sur pied pour recueillir, créer et partager des informations sur les questions ESG auprès de toutes les parties prenantes. Les responsabilités de l'équipe ESG comprennent notamment :

- Coordonner et surveiller l'atteinte des cibles définies en matière d'ESG en fonction des objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, des normes GRI (*Global Reporting Initiative*) et des normes du SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*) que nous visons à respecter;
- Proposer des objectifs et des opportunités qui concernent le développement durable et les changements climatiques;
- Préparer le rapport annuel de développement durable en faisant le point sur l'analyse de matérialité des facteurs ESG, afin d'harmoniser les normes de déclaration aux enjeux pertinents que nous avons identifiés.

Le comité est composé à 78 % de femmes

PRÉSIDENTE DU COMITÉ ESG



Katherine Ma
Canada



Meagan Austin
Canada



Patricia Briere
Canada



Alexis Diltz
US — Papa Murphy's
International



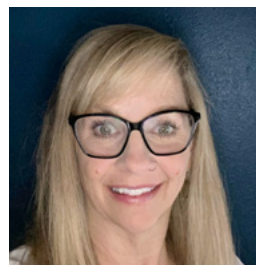
Clement Forget
Canada



Jennifer Garnatz
US — Kahala



Laura Lashbrook
US — Papa Murphy's
International



Kira Olson
US — Papa Murphy's
International



Jon Silva
US — Kahala

ÉQUIPE ESG DE MTY

SOUS-COMITÉS

Différents sous-comités, qui ont chacun des rôles précis à jouer, se partagent les tâches de l'équipe ESG de MTY et travaillent ensemble à l'atteinte des objectifs de développement durable de MTY :



SOUS-COMITÉ DE L'ENVIRONNEMENT

Est responsable de superviser la création et la mise en œuvre de nos objectifs environnementaux pour l'ensemble de nos activités, dans le but de réduire notre empreinte environnementale.



SOUS-COMITÉ DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Assure la gouvernance requise pour garantir l'application uniforme des normes de salubrité des aliments et de qualité des produits ainsi que de nos politiques à cet égard dans l'ensemble de nos activités.

Est chargé d'harmoniser nos pratiques exemplaires en matière de santé et de sécurité.

Supervise les efforts et les initiatives visant à assurer la conformité des fournisseurs aux normes, codes et pratiques reconnus concernant le traitement des animaux et reste à l'affut des meilleures pratiques concernant le bien-être animal.



SOUS-COMITÉ DE LA DIVERSITÉ ET DES COLLECTIVITÉS

Définit des initiatives pour mettre à profit un milieu de travail positif et favoriser le développement de carrière et la rétention du personnel.

Recueille des données sur le profil démographique des employés et détermine des initiatives visant à soutenir la diversité, l'équité et l'inclusion.

Met sur pied des réseaux de soutien pour les collectivités dans lesquelles nous exerçons nos activités.



SOUS-COMITÉ DE LA STRATÉGIE ET DE LA GOUVERNANCE

Supervise la stratégie globale qui soutient la mission de MTY en matière de développement durable et surveille les progrès accomplis à l'égard des trois piliers.

Supervise la gestion de nos principaux programmes et risques relatifs à la cybersécurité et les mesures en place pour protéger la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité de nos données.

HARMONISATION AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies (ONU) sont un appel mondial à l'action pour éliminer la pauvreté, protéger la planète et améliorer la vie et les perspectives de toutes les personnes. Élaboré en 2015 par l'ONU, le Programme de développement durable comprend 17 objectifs. Nous appuyons cette initiative et souhaitons respecter les objectifs qui se rapportent aux domaines dans lesquels nous avons un impact.

plus d'impact et qui complètent les normes du *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) et de la *Global Reporting Initiative* (GRI) dans notre rapport précédent, puis avons fixé des cibles pour chacun. Dans les sections de ce rapport qui traitent respectivement de l'alimentation, la planète et les gens, nous résumons brièvement comment nous comptons aider les Nations Unies à réaliser des progrès dans l'atteinte de leurs objectifs et cibles.

Nous avons identifié les ODD sur lesquels nous avons actuellement le

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE





ALIMENTATION

- 11 Notre impact en matière d'alimentation
- 12 Notre contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies
- 13 Bilan de nos progrès relatifs à l'alimentation
 - 13 Salubrité des aliments
 - 14 Conception de recettes et valeur nutritive
 - 15 Menus pour enfants
 - 16 Bien-être animal
 - 17 Alimentation : Nouveaux engagements

NOTRE IMPACT EN MATIÈRE D'ALIMENTATION APERÇU

Lorsque nous approvisionnons nos restaurants en produits alimentaires, nous essayons de maintenir un équilibre entre la qualité, le prix, la disponibilité et la durabilité. Voici quelques exemples de produits sous contrat qui répondent à tous ces critères.



ACHAT DE PLUS DE

1,2 M DE LB

DE PRODUITS DE CHARCUTERIE PROVENANT
D'ANIMAUX ÉLEVÉS SANS ANTIBIOTIQUES



PRÈS DE

800 000 LB

DE FRUITS DE MER ACHETÉS SONT ÉLEVÉS
CONFORMÉMENT AU PROTOCOLE *BEST*
AQUACULTURE PRACTICES (BAP)



PRÈS DE

18 M LB

DE POULET PROVENANT
DE FOURNISSEURS LOCAUX*



PLUS DE

320 000 LB

DE VIANDE HACHÉE FRAÎCHE JAMAIS CONGELÉE
DE BŒUF ÉLEVÉ SANS ANTIBIOTIQUES



100 %

DE NOTRE THON CONGELÉ EST PÊCHÉ À LA
LIGNE AVEC DES HAMEÇONS CIRCULAIRES,
POUR PRÉVENIR LES PRISES ACCESSOIRES



ACHAT DE PLUS DE

1 M LB

DE CÔTES LEVÉES FAITES DE PORC ÉLEVÉ
NATURELLEMENT SANS HORMONES NI STÉROÏDES

ACHAT DE
34,4 M LB





DE PROTÉINES AUPRÈS DE FOURNISSEURS
DOTÉS DE POLITIQUES DE BIEN-ÊTRE ANIMAL

100 %

DE NOS PRODUITS DE THON EN CONSERVE
SOUS CONTRAT SONT CERTIFIÉS PAR LE MARINE
STEWARDSHIP COUNCIL (MSC)

*Les restaurants situés au Canada s'approvisionnent en poulet auprès de fournisseurs canadiens. Ceux des États-Unis achètent le poulet auprès de fournisseurs américains.

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

PILIER ALIMENTATION	ODD DES NATIONS UNIES	CIBLES DES NATIONS UNIES	IMPACT DE MTY
	 <p>2 FAIME «ZÉRO»</p>	2.1, 2.2, 2.C	<ul style="list-style-type: none"> • Nous offrons des choix de menu accessibles à nos clients. • Nous avons en place des mesures de salubrité des aliments. • 85 % de nos bannières rendent accessible la valeur nutritionnelle de leurs menus. • Nous signons des contrats avec les fournisseurs pour assurer la stabilité des prix pour nos restaurants et du coup, pour nos clients.
	 <p>13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES</p>	13.2, 13.3	<ul style="list-style-type: none"> • 89 % de nos bannières offrent au moins une option végétale à nos clients. • Nous nous engageons à établir des partenariats avec des fournisseurs pour contribuer à améliorer continuellement le bien-être des animaux tout au long de leur vie. Nous demandons donc des énoncés sur le bien-être animal à nos fournisseurs chaque année. • Nous avons amélioré l'éducation et la sensibilisation en tenant des assemblées publiques avec tous les employés, dont une comprenait une séance d'information sur le développement durable.
	 <p>14 VIE AQUATIQUE</p>	14.1, 14.4, 14.6, 14.C	<ul style="list-style-type: none"> • Nous avons établi un partenariat avec Ocean Wise pour l'une de nos principales bannières de sushi. • 100 % de nos produits de thon en conserve sous contrat ont la certification du Marine Stewardship Council. • 100 % de nos produits de la mer sous contrat proviennent de fournisseurs qui ont fait de l'approvisionnement durable un engagement.
	 <p>15 VIE TERRESTRE</p>	15.2	<ul style="list-style-type: none"> • Pour aider à lutter contre la déforestation, nous nous sommes engagés à utiliser de l'huile de palme certifiée RSPO dans au moins 80 % de nos ingrédients qui en contiennent.

ALIMENTATION PROGRÈS

1. SALUBRITÉ DES ALIMENTS

BILAN DE NOS PROGRÈS

Nos activités reposent sur l'alimentation et notre priorité est de servir de la bonne nourriture, en respectant rigoureusement les critères de salubrité des aliments. Tant nos fournisseurs que nos restaurants doivent adhérer aux politiques mises en place pour assurer la salubrité des aliments d'un bout à l'autre de la chaîne d'approvisionnement. Au Canada, nous inspectons nos restaurants pour assurer la salubrité des aliments, toute l'année, par des visites prévues et imprévues menées par les intervenants suivants :

1. Des inspecteurs municipaux qui régissent l'hygiène et la salubrité;
2. Des tiers spécialisés dans les inspections professionnelles d'hygiène et de salubrité des aliments;
3. L'équipe d'hygiène et de salubrité de MTY;
4. Des entreprises de gestion parasitaire avec lesquelles nous avons un contrat.

Malgré les mesures que nous avons prises, nous sommes conscients que des produits peuvent faire l'objet de rappels, auxquels cas nous mettons rapidement en œuvre nos rigoureux protocoles de rappel de produits afin de limiter les répercussions sur nos opérations.

QUELQUES STATISTIQUES SUR NOS MESURES DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS



EN TOUT, 7 729 AUDITS D'HYGIÈNE ET DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS ONT ÉTÉ RÉALISÉS PAR DES TIERS DANS NOS RESTAURANTS, CETTE ANNÉE.



CHAQUE RESTAURANT FAIT L'OBJET D'UNE INSPECTION PAR UNE ENTREPRISE DE GESTION PARASITAIRE AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS.



NOUS AVONS APPLIQUÉ AVEC SUCCÈS NOTRE PROTOCOLE DE RAPPEL DE PRODUITS DANS LE CADRE DE SIX RAPPELS AU CANADA ET SEPT AUX ÉTATS-UNIS, QUI ONT TOUS ÉTÉ LANCÉS À LA DEMANDE DE NOS FOURNISSEURS.

2. CONCEPTION DE RECETTES ET VALEUR NUTRITIVE

BILAN DE NOS PROGRÈS

La clientèle qui visite nos restaurants peut s'attendre à y trouver un éventail de choix au menu, y compris des options végétales. Nos menus et recettes sont élaborés avec soin pour rassasier nos visiteurs. Nous comprenons aussi le rôle que les informations nutritionnelles et la liste d'ingrédients peuvent jouer dans les décisions alimentaires de nos clients. Nous cherchons donc à communiquer nos ingrédients en toute transparence, ce qui améliore du coup la traçabilité des produits et facilite nos interventions en cas de rappels.



MTY définit les options végétales de ses menus comme des choix composés principalement ou exclusivement de légumes, de grains ou d'aliments dérivés de végétaux plutôt que de produits d'origine animale.



OBJECTIFS

PROGRÈS

01

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.

SUR LA BONNE VOIE

86% de nos 50 premières bannières rendent leurs informations nutritionnelles accessibles aux clients et 94% d'entre elles publient des renseignements sur leurs allergènes.

02

Offrir une option végétale dans 85% de nos bannières concernées d'ici 2023.

PLUS TÔT QUE PRÉVU!


OBJECTIF ATTEINT

En 2022, 89% de nos bannières offraient au moins une option végétale à nos clients.

3. MENUS POUR ENFANTS

BILAN DE NOS PROGRÈS

Les enfants représentent notre avenir et nous avons une responsabilité à leur égard, soit d'intégrer à nos menus des choix nutritifs et bons pour leur santé. À cette fin, nous avons fixé l'objectif suivant :

01

Mesurer, par l'intermédiaire d'un fournisseur de service indépendant, le pourcentage de menus pour enfants des bannières MTY conformes aux lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation 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.

PHASE PRÉLIMINAIRE

Conformément aux lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation et aux Dietary Guidelines for Americans, nous avons élaboré les directives de MTY pour la saine alimentation des enfants. Nous avons revu notre objectif, et visons désormais à ce que 100 % de nos bannières qui ont des menus pour enfants respectent nos directives nutritionnelles d'ici 2024.

OBJECTIF

PROGRÈS

LIGNES DIRECTRICES NUTRITIONNELLES DE MTY APPLICABLES AUX MENUS POUR ENFANTS

MANGER ENSEMBLE

Nous encourageons les familles à partager au moins un repas ensemble par jour. Cela contribue à développer de saines habitudes alimentaires et à créer des souvenirs en famille.

NOUS OFFRONS UNE VARIÉTÉ D'ALIMENTS BONS POUR LA SANTÉ

Nos menus pour enfants comprendront au moins deux des trois catégories d'aliments suivantes :

- des légumes et fruits
- des aliments à grains entiers, tels que :
 - de l'avoine;
 - du riz sauvage;
 - des pâtes de blé entier;
- des aliments protéinés, tels que :
 - des œufs;
 - des noix et graines;
 - du poisson et des fruits de mer;
 - des haricots, des pois et des lentilles;
 - de la viande rouge maigre;
 - des produits laitiers plus faibles en gras, comme le lait et le yogourt;
 - des boissons de soya enrichies, du tofu, des fèves de soya ou d'autres produits de soya.

NOUS OFFRONS DES CHOIX DE BOISSON SANTÉ

Nous recommandons d'accompagner nos repas pour enfants d'eau ou de lait.

NOUS FAISONS DES CHOIX SAINS

Nous offrons peu d'aliments ultratransformés.

Nos menus pour enfants contiennent peu, sinon pas :

- de sodium;
- de sucres;
- de gras saturés.





4. BIEN-ÊTRE ANIMAL

BILAN DE NOS PROGRÈS

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. Voici le bilan de nos progrès en matière de bien-être animal :



OBJECTIFS

PROGRÈS

01

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.

SUR LA BONNE VOIE

Plus de 90% des viandes achetées sous contrat pour nos bannières de restauration canadiennes et 100% des viandes que nous achetons sous contrat aux États-Unis proviennent de fournisseurs qui ont des lignes directrices en matière de bien-être animal et de traitement sans cruauté des animaux.

02

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).

PHASE PRÉLIMINAIRE

Conscients de l'impact cumulatif de nos restaurants sur les animaux, nous sommes résolus à faire notre part pour favoriser leur bien-être tout au long de leur cycle de vie. En plus de cet objectif, nous avons décidé d'ajouter un nouvel engagement en matière de bien-être animal, qui est détaillé à la rubrique Alimentation : Nouveaux engagements du présent rapport.

03

Travailler avec nos fournisseurs afin d'utiliser uniquement des œufs de poules élevées en liberté d'ici 2025, où c'est possible.

PHASE PRÉLIMINAIRE

MTY maintient son engagement envers l'objectif de s'approvisionner uniquement en œufs provenant de poules élevées en liberté d'ici 2025. Nous menons présentement une analyse sur l'ensemble de notre réseau afin de déterminer notre pourcentage actuel d'œufs provenant de poules élevées en liberté et en vue d'établir une feuille de route avec des points de référence pour atteindre notre objectif. Nous fournirons, sur notre site web sous l'onglet développement durable, une nouvelle mise à jour en juillet 2023, avec des détails concernant notre feuille de route.

ALIMENTATION : NOUVEAUX ENGAGEMENTS

Voici quelques nouveaux engagements que nous avons intégrés à notre pilier Alimentation.



SALUBRITÉ DES ALIMENTS

2023

Continuer à faire le suivi des certifications en salubrité des aliments, au moyen d'audits réalisés par des tiers qui sont conformes aux normes reconnues par l'initiative mondiale de la sécurité alimentaire (GFSI).

2025

Tous les fournisseurs de niveau 1 devront confier la vérification de leurs programmes de salubrité des aliments à des sociétés d'audit tierces, y compris le système HACCP.



CAFÉ

2023

Privilégier le café provenant de sources durables.

2024

Mesurer quel pourcentage de café est issu de sources éthiques.

2025

100% de nos bannières devront offrir du café issu de sources durables.



BIEN-ÊTRE ANIMAL

2023

Mesurer le pourcentage de nos fournisseurs actuels qui respectent les cinq libertés fondamentales* au bien-être animal.

Les cinq libertés fondamentales au bien-être animal :

1. **L'absence de faim, de soif et de malnutrition** : un accès immédiat à de l'eau fraîche et à une alimentation qui leur assure santé et vigueur;
2. **L'absence de stress physique ou thermique** : un environnement approprié comprenant un abri et une aire de repos confortable;
3. **L'absence de douleur, de lésions et de maladie** : des mesures préventives ou un diagnostic et un traitement rapides des problèmes médicaux;
4. **La liberté d'exprimer les comportements normaux de son espèce** : un espace suffisant, des installations appropriées et la compagnie d'autres animaux de la même espèce;
5. **L'absence de peur et de détresse** : des conditions de vie et un traitement qui ne causent pas de souffrance psychologique.



HUILE DE PALME

2023

Déterminer quel pourcentage de nos ingrédients contient de l'huile de palme certifiée RSPO.

2025

Au moins 80% des ingrédients contenant de l'huile de palme sont certifiés RSPO.

PLANÈTE

A red tractor is shown from a rear-quarter perspective, plowing a field. The tractor is moving from left to right, turning over dark soil. To the left of the tractor is a field of golden-brown harvested grain. To the right is a field of tall, green corn plants. The sky is bright blue with scattered white clouds. The word 'PLANÈTE' is overlaid in large, white, sans-serif capital letters across the center of the image.

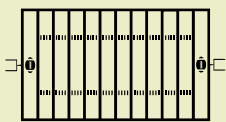
- 19 Notre impact sur la planète
- 20 Notre contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies
- 21 Bilan de nos progrès relatifs à la planète
 - 21 Emballages
 - 23 Gestion des déchets
 - 25 Émissions
- 26 Planète : Nouveaux engagements

NOTRE IMPACT SUR LA PLANÈTE APERÇU



22%

DES VÉHICULES DE CLASSES 1 ET 2
APPARTENANT À MTY OU LOUÉS PAR MTY SONT
DES **VOITURES ÉLECTRIQUES OU HYBRIDES**



ÉLIMINATION DE

16 M

DE PAILLES EN PLASTIQUE* DANS NOS
RESTAURANTS CANADIENS, ÉQUIVALENT À
LA LONGUEUR DE 30 485 TERRAINS DE
FOOTBALL AMÉRICAIN

REMPLACEMENT DE

195 142 LB

DE NAPPERONS EN PAPIER PAR DES MENUS
RÉUTILISABLES OU NUMÉRIQUES DANS
NOS RESTAURANTS CANADIENS, SOIT
L'ÉQUIVALENT DE :



4 040 000 GALLONS

D'EAU (OU 2 920 BRASSÉES DE LAVAGE)**



1 880 000 LB

DE CO² (OU LES ÉMISSIONS DE
171 VOITURES PAR ANNÉE)**



UNE QUANTITÉ DE BOIS QUI ÉQUIVAUT À
1 220 ARBRES**



PLUS DE

500 000 LB

DE CONTENANTS EN PLASTIQUE
DIFFICILE À RECYCLER



18 M

D'USTENSILES EN PLASTIQUE






4,5 M

DE SACS À EMPORTER EN PLASTIQUE

DÉTOURNÉS DE NOS SITES
D'ENFOUISSEMENT AU CANADA ET
REPLACÉS PAR DES OPTIONS 100 %
RECYCLABLES, COMPOSTABLES
OU RÉUTILISABLES.

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

PILIER PLANÈTE	ODD DES NATIONS UNIES	CIBLES DES NATIONS UNIES	IMPACT DE MTY
	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES 	12.5, 12.6	<ul style="list-style-type: none"> • MTY vise à réduire la production de déchets en mettant en œuvre des stratégies pour utiliser moins de ressources. • Notre politique sur les emballages nous aidera à réduire l'écart de circularité grâce à diverses initiatives, y compris la réduction des matières qui ont des impacts négatifs sur l'environnement. • Nous nous engageons à publier chaque année des données sur nos initiatives ESG.
	13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES 	13.2, 13.3	<ul style="list-style-type: none"> • Nous sommes résolu à intégrer des mesures relatives aux changements climatiques à nos politiques, stratégies et activités de planification. • Nous avons amélioré l'éducation et la sensibilisation en tenant un webinaire à l'interne et treize séances d'information et comptons intensifier nos efforts à cet égard dans les années à venir.
	15 VIE TERRESTRE 	15.2	<ul style="list-style-type: none"> • Veiller à ce que tous les nouveaux emballages en papier soient certifiés conformes aux bonnes pratiques forestières par un tiers ou contiennent un pourcentage de matière recyclée pour prévenir l'utilisation inutile de matière première vierge.

PLANÈTE PROGRÈS

1. EMBALLAGES

BILAN DE NOS PROGRÈS

Les emballages à emporter sont essentiels aux activités de nos restaurants. Par conséquent, MTY cherche à offrir à ses clients les meilleurs choix d'emballages disponibles qui répondent aux critères environnementaux sans nuire à l'expérience culinaire. Les emballages sont un volet important de notre pilier Planète et nous nous efforçons sans cesse d'améliorer notre taux de circularité, de réduire notre impact sur l'environnement et de produire moins de déchets.

OBJECTIFS

01

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.

SUR LA BONNE VOIE

Des études de marché ont été réalisées durant l'exercice 2022 pour déterminer des options viables qui permettraient aux clients de bénéficier d'un programme d'emballage dans le cadre duquel leurs repas à emporter seraient servis dans des contenants réutilisables. Cela s'est traduit par la planification d'un projet pilote en 2023 dans l'un des marchés où nous sommes bien établis.

Ce projet pilote complètera les efforts déployés par nos bannières qui fournissent ou vendent actuellement des tasses, des pailles ou des sacs réutilisables à notre clientèle ou ont une sélection de contenants à emporter génériques qui vont au micro-ondes et au lave-vaisselle.

PROGRÈS

02

Faire en sorte que tous nos emballages en papier soient certifiés par le Forest Stewardship Council (FSC) ou contiennent un pourcentage de matière recyclée d'ici 2025, afin de protéger nos forêts et de réduire notre impact environnemental.

SUR LA BONNE VOIE

Nous avons identifié les fournisseurs avec qui nous faisons affaire qui s'approvisionnent en papier certifié conformément aux bonnes pratiques forestières ou qui offrent des solutions d'emballage contenant un pourcentage de matière recyclée. Nous avons élargi notre objectif initial en ajoutant la certification de la Sustainable Forestry Initiative (SFI) aux critères acceptables.

FEUILLE DE ROUTE : À compter de 2023, tous les nouveaux emballages en papier seront conformes à notre objectif pour 2025. De plus, tous nos articles d'emballage actuels seront examinés pour assurer leur conformité à cet objectif.



03

OBJECTIF

Remplacer d'ici la fin 2023, dans les restaurants canadiens de MTY, les plastiques difficiles à recycler par d'autres types d'emballages, notamment des produits faits de matières renouvelables, recyclées ou dont le taux de recyclabilité est plus élevé.

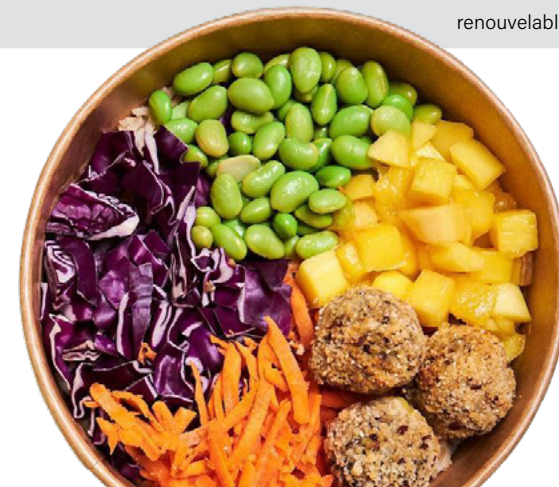
PROGRÈS

SUR LA BONNE VOIE

Nous avons fixé des ICP et mesurons nos progrès en fonction de notre cible de 2021, pour nous assurer de garder le cap sur notre objectif de 2023.

Nous avons fait d'importants progrès en ce qui concerne le remplacement des plastiques difficiles à recycler, comme les articles d'emballage en polystyrène, les sacs à emporter, les contenants en plastique noir, les pailles et les ustensiles, en appliquant la stratégie qui consiste à réduire, à réutiliser et à recycler :

PLASTIQUES DIFFICILES À RECYCLER	RÉDUIRE ↓	RÉUTILISER ↻	MATIÈRE RECYCLABLE OU RENOUELABLE ♻️
Pailles en plastique	<ul style="list-style-type: none"> Couvercles avec bec offerts, lorsque possible Adopter la stratégie « sur demande » 	-	<ul style="list-style-type: none"> Pailles en papier offertes
Ustensiles en plastique	<ul style="list-style-type: none"> Réduction du nombre d'unités de produits (SKU), plus de 140 SKU à 12 SKU Introduction d'une stratégie « sur demande » 	<ul style="list-style-type: none"> Ustensiles réutilisables offerts, lorsque possible 	<ul style="list-style-type: none"> Ustensiles réutilisables en polypropylène (PP) ou en bois (en bambou, bouleau) offerts
Couvercles pour boissons chaudes (café)	<ul style="list-style-type: none"> Réduction du nombre de SKU, plus de 30 SKU à 4 SKU 	-	<ul style="list-style-type: none"> Remplacé par des couvercles recyclables en PP et des couvercles en fibre (matière renouvelable)
Contenant à portion	<ul style="list-style-type: none"> Consolidé à 2 vendeurs 	-	<ul style="list-style-type: none"> Rendre disponible des contenants à portion en PP ou en matière renouvelable
Sacs en plastique pour commande à emporter	<ul style="list-style-type: none"> Proscrit l'usage des sacs en plastique dans nos restaurants Adopté une stratégie « sur demande » pour les sacs en papier 	<ul style="list-style-type: none"> Offrir des options réutilisables 	<ul style="list-style-type: none"> Fournisseur sous contrat pour nos sacs en papier
Contenants en plastique noir	-	<ul style="list-style-type: none"> Contenants réutilisables offerts 	<ul style="list-style-type: none"> Remplacés par des contenants en plastique recyclable transparent ou faits de matières renouvelables



2. GESTION DES DÉCHETS

BILAN DE NOS PROGRÈS

Nous cherchons le plus possible à éviter que nos déchets se retrouvent dans les sites d'enfouissement, c'est pourquoi nous mettons en œuvre plusieurs stratégies pour les en détourner. De l'approvisionnement à la postconsommation des produits utilisés dans nos restaurants ou lors de commandes pour emporter, la gestion des déchets fait partie de nos critères de sélection tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Voici quelques exemples des progrès que nous avons accomplis : sélection de fruits et légumes précoupés et solutions prêtes à cuire pour nos restaurants lorsque possible, application d'une stratégie d'articles offerts sur demande, réduction de la consommation de napperons grâce à la création de solutions numériques, nouveaux emballages entièrement recyclables ou qui contiennent de la matière recyclée et lancement d'un projet pilote sur la vaisselle réutilisable.



OBJECTIF

PROGRÈS

01

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.

Créer une base de données pour quantifier l'importance relative et les déchets.

PHASE PRÉLIMINAIRE

Durant l'exercice 2022, nous avons créé un prototype de base de données pour les SKU de nos produits d'emballage sous contrat et avons réalisé des progrès en ce qui concerne le suivi des points de données nécessaires à l'établissement d'une base de référence pour les déchets que nous produisons. Ce travail nous permettra de définir ultérieurement notre feuille de route en matière de gestion des déchets.

En 2023, nous examinerons plus en détail les différentes unités de mesure de gestion des déchets, dans le but de comprendre où notre entreprise se situe et définir notre approche en la matière, en commençant par nos sièges sociaux et les établissements qui nous appartiennent.

Notre sous-comité de l'environnement évaluera, de concert avec les équipes de conception et de construction des établissements, la possibilité de doter les nouveaux restaurants ou ceux à rénover d'un système de gestion des déchets et de bacs de tri, lorsque applicable.



02

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.

SUR LA BONNE VOIE

Alors que notre objectif consiste à normaliser, simplifier et clarifier les instructions données à nos clients sur l'élimination et la manipulation de nos emballages, nous veillons aussi à assurer la conformité des produits aux modifications apportées aux lois et exigences des installations de recyclage et de compostage. Des discussions sont en cours au Canada concernant l'adoption d'une nouvelle loi sur l'étiquetage en 2025. Nous modifierons notre échéancier en conséquence, de manière à respecter cette nouvelle loi.

03

Réduire de 50 % l'utilisation de napperons sur lesquels sont imprimés des menus dans les restaurants de nos bannières en 2024 par rapport aux données de 2019.

PLUS TÔT QUE PRÉVU!

OBJECTIF ATTEINT

Nous avons utilisé moins de napperons, en les remplaçant par des solutions réutilisables ou numériques. Grâce à ces efforts, notre utilisation de napperons a diminué de 59 % par rapport aux données de référence antérieures à la COVID-19.

Nous tenons à préciser que les napperons sur lesquels sont imprimés des menus sont un outil de marketing important en plus d'être parfois essentiels à nos activités. Par conséquent, lorsqu'il est nécessaire de maintenir l'utilisation des napperons, nous adopterons, en 2023, une stratégie pour compenser leur empreinte carbone.

NAPPERONS ACHETÉS (EN LB)

2019	2022
341777	139597



3. ÉMISSIONS

BILAN DE NOS PROGRÈS

OBJECTIF

01

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 GES de la portée 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 GES de la portée 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.

SUR LA BONNE VOIE

C'est en étant bien renseignés sur le développement durable et nos émissions que nous pourrons dresser le plan qui nous permettra de réduire notre empreinte carbone. Les efforts requis pour y parvenir prennent la forme de recherche et de participation à des webinaires et à des réunions. Compte tenu de la grande portée de cette initiative, nous menons également un processus de sélection pour trouver une ressource qui nous aidera à mesurer nos émissions de gaz à effet de serre à compter de 2023.



PLANÈTE : NOUVEAUX ENGAGEMENTS



EMBALLAGES

2023

- Publier la politique sur les emballages de MTY;
- Épuiser nos stocks de plastiques difficiles à recycler dans nos établissements canadiens;
- Au Canada et là où la loi l'exige, nous ne nous approvisionnerons plus en produits qui contiennent du polystyrène extrudé (plastique no 6 ou PS) et interdirons la vente et l'utilisation de produits faits de PS d'ici la fin de l'année.



GESTION DES DÉCHETS

2023

- Mesurer et comparer les déchets produits par les restaurants qui nous appartiennent, nos bureaux et nos usines de fabrication;
- Évaluer les différentes stratégies de carboneutralité disponibles pour compenser notre consommation de napperons.

2025

- Intégrer un système de gestion des déchets dans les nouveaux établissements ou ceux rénovés, si possible;
- Établir des lignes directrices MTY pour informer les équipes de création des instructions à inscrire sur les emballages personnalisés à l'effigie de nos bannières concernant la gestion de fin de vie de ces emballages.



GENS

- 28 Notre impact sur les gens
- 29 Notre contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies
- 31 Bilan de nos progrès relatifs aux gens
- 31 Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY
- 33 Culture et diversité, équité et inclusion
- 35 Soutien aux collectivités
- 36 Cybersécurité et protection des données
- 37 Gens : Nouveaux engagements

NOTRE IMPACT SUR LES GENS APERÇU



575 HEURES
DE BÉNÉVOLAT CONSIGNÉES PAR NOS
EMPLOYÉS DES SIÈGES SOCIAUX



PARTICIPÉ À PLUS DE
447
ÉVÈNEMENTS COMMUNAUTAIRES



PLUS DE
1 000 000 \$*
DONNÉS EN COMMANDITES À
DES ŒUVRES CARITATIVES LOCALES



8 155
UTILISATEURS ONT
ACCÉDÉ AU PORTAIL DE
FORMATION¹ EN 2022



100
FRANCHISÉS ONT
OBTENU UN DIPLÔME DE
L'UNIVERSITÉ² EN 2022



LES EMPLOYÉS ONT SUIVI
12 909
COURS DE SENSIBILISATION À LA SÉCURITÉ



HÔPITAL CHINOIS
DE MONTRÉAL
滿地可中華醫院



CONTRIBUTION D'ENVIRON
420 000 \$
DANS LA FORMATION CONTINUE ET
L'APPRENTISSAGE DE NOS EMPLOYÉS





DON DE
7 404
REPAS

*Combinaison d'efforts de collecte de fonds (excluant les dons de nourriture) rapportés. Le montant indiqué est en dollars canadiens, en utilisant un calculateur de taux de change de 1 USD = 1,33856 CAD.





1 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.

2 L'université MTY (MTYU) est un programme de formation en classe virtuelle qui complète la 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.

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

	ODD DES NATIONS UNIES	CIBLES DES NATIONS UNIES	IMPACT DE MTY
PILIER GENS	<p>3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE</p> 	3.8	<ul style="list-style-type: none"> Chez MTY, nous donnons à nos nouveaux employés, l'accès à notre plan de santé dès leur premier jour de travail, supprimant ainsi la période d'essai de 90 jours. Pour la plupart de nos bannières basées aux États-Unis, les employés des restaurants corporatifs ont la possibilité de s'inscrire aux plans de santé deux fois par an, au lieu d'une seule fois par an comme c'était le cas les années précédentes. Nous offrons désormais un second plan de soins dentaires pour la plupart de nos bannières basées aux États-Unis. Ce nouveau régime « plus », offre aux employés une plus grande couverture et plus de choix pour couvrir leurs besoins en assurance dentaire et permet également de réduire le coût que paie les employés pour le premier plan.
	<p>4 ÉDUCATION DE QUALITÉ</p> 	4.7	<ul style="list-style-type: none"> Élever le soutien à la formation continue de 1000\$ à 2000\$ annuellement, par employé. Promotion de l'éducation sur le développement durable auprès de toutes les divisions américaines et canadiennes de MTY par le biais d'une assemblée publique sur le sujet. Formation de l'équipe des opérations canadiennes sur les emballages durables grâce à 14 webinaires et séances d'information, donnés par notre gestionnaire des achats non alimentaires, qui est également membre de notre équipe ESG. Notre série de discussions « Bake it up a Notch » BIUAN proposant des sessions de formation et de développement personnel et professionnel a été offerte à l'échelle de MTY en 2022, et portait sur des sujets liés à la diversité, l'équité et l'inclusion (DEI) : <ul style="list-style-type: none"> Pratiques d'embauche équitables (Gestionnaires seulement); Diriger en période d'incertitude (Gestionnaires seulement); Gestion du changement (Gestionnaires seulement); Développer son réseau personnel (tous les employés); Le retour d'information avec respect et bienveillance (tous les employés); Les choses qui vous apportent de la joie (tous les employés). Nous sommes fiers d'avoir eu 100 franchisés diplômés de MTYU en 2022. Aux États-Unis, 8155 utilisateurs ont accédé à notre plateforme d'apprentissage, ce qui représente une augmentation de 138% par rapport à 2021. Nous nous sommes associés à des tierces parties, afin de poursuivre la formation de notre personnel en matière de cybersécurité, de diversité, équité et inclusion, ainsi que la promotion d'un environnement de travail positif.

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

	ODD DES NATIONS UNIES	CIBLES DES NATIONS UNIES	IMPACT DE MTY
PILIER GENS	5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES 	<u>5.1, 5.5</u>	<ul style="list-style-type: none"> Effectif composé à 53 % de femmes à la fin de 2022; Près de 56 % de nos dirigeants sont des femmes.
	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE 	<u>8.2, 8.5, 8.7, 8.8</u>	<ul style="list-style-type: none"> Notre code de conduite des fournisseurs impose à nos fournisseurs de respecter les valeurs qui comptent pour nous, dont l'élimination du travail forcé, la tolérance zéro à l'égard du travail des enfants et la promotion d'un environnement de travail sécuritaire pour tous les employés.
	10 INÉGALITÉS RÉDUITES 	<u>10.1, 10.2</u>	<ul style="list-style-type: none"> MTY a atteint ou dépasse les salaires minimums fixés par le gouvernement dans les régions où nous avons des employés.
	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES 	<u>16.2, 16.5, 16.6, 16.B</u>	<ul style="list-style-type: none"> MTY privilégie les fournisseurs qui s'alignent sur le code de conduite rédigé à leur intention en matière de droits de la personne, d'environnement de travail sécuritaire et d'intégrité commerciale.

GENS PROGRÈS



1. CODE DE CONDUITE À L'INTENTION DES FOURNISSEURS DE MTY

BILAN DE NOS PROGRÈS

OBJECTIF

01

Chaque année, nous demandons à nos fournisseurs actifs de réviser notre code de conduite des fournisseurs et de le signer pour confirmer qu'ils partagent nos valeurs. D'ici 2025, nous visons à faire en sorte qu'un code de conduite des fournisseurs convenu d'un commun accord soit mis en place pour tous les fournisseurs de niveau 1 de MTY. Ce code sera révisé chaque année, au besoin.

PROGRÈS

SUR LA BONNE VOIE 

LE CODE DE CONDUITE DES FOURNISSEURS DE MTY S'ARTICULE AUTOUR DES VALEURS SUIVANTES :

INTÉGRITÉ COMMERCIALE

- **Respect des lois** : Le fournisseur doit respecter l'ensemble des lois et de la réglementation en vigueur dans tout pays ou territoire applicable.
- **Lois anticorruptions** : Le fournisseur ne doit pas se livrer à aucune forme de corruption, d'extorsion ou de détournement de fonds. Le fournisseur ne doit pas mener ni tenter d'inciter MTY à enfreindre quelque loi ou réglementation anticorruption applicable.
- **Protection des dénonciateurs** : Le fournisseur doit signaler sans tarder toute violation avérée ou présumée de la loi ou du présent code par tout employé ou intermédiaire agissant pour le compte du fournisseur ou de MTY. L'identité des dénonciateurs doit être gardée confidentielle et les représailles à leur endroit sont interdites.
- **Exactitude de la comptabilité** : Le fournisseur doit tenir des documents financiers exacts et transparents, conformément aux lois et à la réglementation.
- **Confidentialité** : Le fournisseur doit préserver la confidentialité de tous les renseignements pertinents qu'il détient à propos de MTY durant et après sa relation d'affaires avec MTY.

- **Gestions des griefs** : Le fournisseur est tenu de mettre à la disposition de ses employés un mécanisme anonyme et efficace pour formuler des griefs, faire part de leurs préoccupations ou signaler à la direction de possibles violations.

DROITS DE LA PERSONNE

- **Liberté d'association** : Le fournisseur doit respecter le droit de ses employés de s'associer ou non à un groupe, conformément aux lois et à la réglementation applicables.
- **Absence de discrimination, de harcèlement ou de tout autre type d'abus** : Le fournisseur doit assurer à ses employés un milieu de travail exempt de toute forme de discrimination, de harcèlement et d'abus de nature physique, sexuelle, psychologique ou verbale. Tous les employés doivent être traités équitablement, avec dignité et respect.
- **Salaires et avantages** : Le fournisseur doit s'assurer que ses employés reçoivent un salaire légitime et obtiennent les mêmes avantages, y compris une rémunération pour les heures supplémentaires et un salaire égal pour un travail égal, sans discrimination.
- **Statut de l'emploi** : Le fournisseur doit embaucher uniquement des employés qui sont légalement autorisés à travailler dans les installations ou à l'emplacement et il lui incombe de consulter toute documentation pertinente pour s'assurer de la validité du statut d'emploi des employés.
- **Main-d'œuvre mineure** : Le fournisseur doit s'assurer qu'aucun enfant mineur ne participe à la production ou la distribution de ses produits et services. Mineur s'entend d'un enfant qui n'a pas l'âge minimum pour travailler en vertu des lois en vigueur dans le pays ou territoire applicable.
- **Horaires de travail et jours de repos** : Les employés du fournisseur doivent avoir droit à au moins une journée de repos par période de sept jours et les heures supplémentaires doivent être effectuées sur une base volontaire, conformément aux lois applicables.

MILIEU DE TRAVAIL

- **Conditions de travail saines et sécuritaires** : Le fournisseur doit gérer de manière proactive les risques pour la santé et la sécurité afin de favoriser un environnement sans incident et sans blessures évitables, tel que défini dans les environnements de travail sains et sécuritaires. Le fournisseur doit assurer l'accès à l'eau potable, à l'assainissement et à des postes d'hygiène, y compris des toilettes et des installations appropriées de nettoyage des mains, des sorties de secours et du matériel de sécurité-incendie, des trousse de premiers soins et l'accès à des services médicaux et de lutte contre les incendies.
- **Réduction de l'impact sur l'environnement** : Le fournisseur est tenu de gérer et de réduire le plus possible l'impact de ses installations sur l'environnement, notamment en prêtant attention aux émissions atmosphériques, 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.



2. CULTURE ET DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

BILAN DE NOS PROGRÈS

PROGRÈS OBJECTIF

01

Publier d'ici 2022 des données sur la répartition des employés de notre siège social par origine ethnique.

OBJECTIF ATTEINT

Selon le recensement canadien réalisé en 2021 par Statistique Canada, près de 70% de la population du Canada déclarent être Blancs. En guise de comparaison, nous sommes ravis de constater que le profil démographique de notre équipe du siège social à la fin de notre exercice 2022 était plus diversifié, avec 62,2% de personnes blanches et 37,8% de personnes d'autres origines ethniques. Du côté de nos nouveaux employés, la proportion de personnes blanches était de 52,9% en 2022, contre 47,1% déclarant appartenir à un autre groupe ethnique.

Aux États-Unis, 75,8% de la population a déclaré être blanche uniquement. Nos sièges sociaux américains comptent dans leurs effectifs une proportion de personnes blanches comparable à la moyenne nationale pour la population blanche et ils ont contribué à accroître notre profil de diversité durant l'année, avec 56,8% des nouveaux employés déclarant être Blancs seulement.

Notre objectif visant à publier d'ici 2022 des données sur la répartition des employés de notre siège social par origine ethnique étant atteint, nous nous engageons maintenant à faire de même d'ici 2024 pour les employés des établissements corporatifs de MTY au Canada.

CANADA

ÉTATS-UNIS

	ORIGINE ETHNIQUE	EMPLOYÉS DU SIÈGE SOCIAL (%)	EMPLOYÉS DES ÉTABLISSEMENTS CORPORATIFS DE MTY (%)	EMPLOYÉS DU SIÈGE SOCIAL (%)	EMPLOYÉS DES ÉTABLISSEMENTS CORPORATIFS DE MTY (%)
EMPLOYÉS ACTIFS	Personnes blanches	62	S.O.	75	49
	Origines asiatiques	13	S.O.	3	2
	Origines du Moyen-Orient	9	S.O.	0	0
	Deux origines raciales ou plus	7	S.O.	3	4
	Origines hispaniques ou latines	4	S.O.	11	34
	Origines afro-américaines ou noire-américaines	4	S.O.	4	8
	Origines amérindiennes ou autochtones de l'Alaska	1	S.O.	1	2
	Origines autochtones d'Hawaï ou d'autres îles du Pacifique	1	S.O.	0	1
	Origine non précisée	0	S.O.	4	2
NOUVEAUX EMPLOYÉS	Personnes blanches	53	S.O.	57	34
	Origines asiatiques	13	S.O.	4	2
	Origines du Moyen-Orient	12	S.O.	0	0
	Origines afro-américaines ou noire-américaines	9	S.O.	7	9
	Deux origines raciales ou plus	7	S.O.	6	6
	Origines hispaniques ou latines	3	S.O.	15	46
	Origines amérindiennes ou autochtones de l'Alaska	1	S.O.	1	2
	Origines autochtones d'Hawaï ou d'autres îles du Pacifique	1	S.O.	0	1
	Origine non précisée	0	S.O.	10	0

02

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.

SUR LA BONNE VOIE

En 2022, MTY a fait des avancées avec un fournisseur de service spécialisé pour évaluer les opportunités et orienter la stratégie DEI pour le futur. Les progrès en 2022 incluent un examen des politiques et des procédures, la création de cartes de travail internes et des entretiens avec des dirigeants.

03

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.

OBJECTIF ATTEINT!

En 2022, nous avons poursuivi notre partenariat avec le fournisseur Traliant pour fournir une meilleure compréhension de la micro-agression en milieu de travail; la diversité, l'inclusion et la sensibilité; ainsi que les préjugés inconscients, à tous les employés des sièges sociaux canadiens. Les heures de formation en cybersécurité ont totalisé 1897 heures pour l'ensemble du personnel des sièges sociaux de MTY. Bien que nous ayons atteint notre objectif à l'avance, nous prévoyons poursuivre notre approche visant à favoriser un milieu de travail positif, inclusif et collaboratif pour tous.



3. SOUTIEN AUX COLLECTIVITÉS

BILAN DE NOS PROGRÈS

OBJECTIF

PROGRÈS

01

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 de l'hébergement, si nécessaire.

SUR LA BONNE VOIE

Notre équipe travaille sur la mise en place des canaux pour faciliter et encourager nos employés à redonner à la collectivité. Ces mesures comprennent :

- Mettre en place un programme de philanthropie permettant aux membres de l'équipe de faire des dons à des organismes caritatifs reconnus par MTY;
- Établir un système d'inscription pour participer à des événements caritatifs locaux. Cette année, l'équipe Montréalaise de MTY a participé à l'événement Pédalez pour les enfants de l'Hôpital de Montréal pour enfants afin d'amasser des fonds pour les projets de l'hôpital visant à offrir une meilleure qualité de vie aux enfants malades. Notre équipe Papa Murphy's a participé à un concours pour aider à collecter des fonds pour *No Kid Left Hungry* aux États-Unis;
- Instaurer un moyen pour les employés de demander des congés payés à des fins de bénévolat.



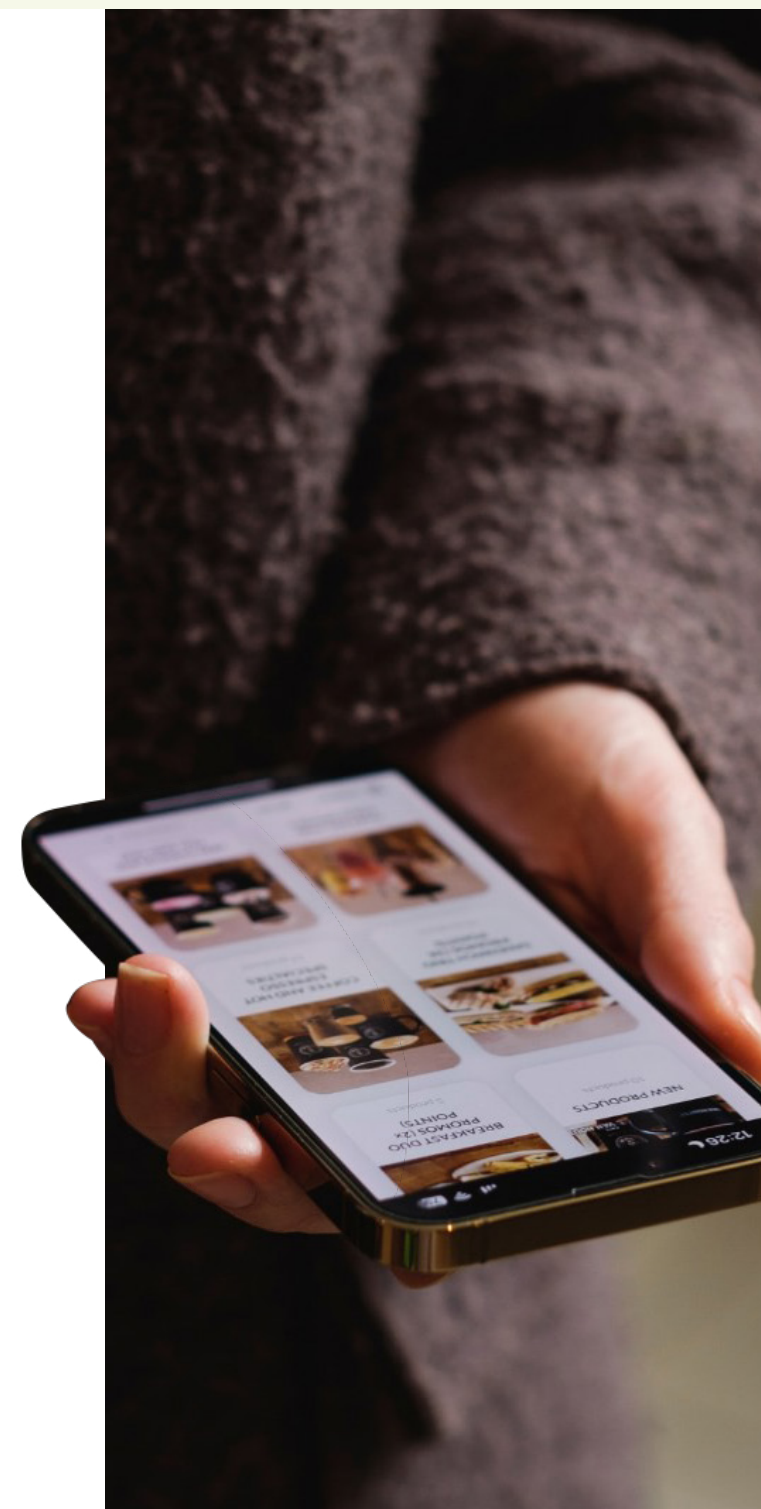
4. CYBERSÉCURITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

BILAN DE NOS PROGRÈS

La cybersécurité et la protection des données sont essentielles pour maintenir la confiance des clients, assurer le respect des lois et règlements en vigueur et permettre des opérations commerciales fiables. MTY s'engage à évaluer et à constamment faire progresser sa stratégie et ses capacités dans ces domaines.



- Cotes de sécurité et analyse comparative de l'industrie
 - Obtenue la cote BitSight au top 30% des pairs de l'industrie
- Programme de sensibilisation à la sécurité
 - Déploiement d'un programme de sensibilisation à la sécurité à multiples facettes pour les utilisateurs de l'ensemble des divisions
 - Assignations de formations en ligne mensuelles
 - Simulations d'hameçonnage trimestrielles
 - Lancement de l'initiative du Mois de la sensibilisation à la cybersécurité en octobre
- Programme de gestion des cyberrisques
 - Gestion d'une politique de lutte contre la cybercriminalité
 - Élargissement du rôle de la cybersécurité dans le processus de vérification diligente des fusions et acquisitions de l'entreprise
 - Mise en place d'un processus de gestion des risques liés aux tiers
- Gestion des infrastructures à risque
 - Créer et maintenir un inventaire des actifs connectés au réseau et des actifs exposés à Internet
 - Créer et maintenir un inventaire des sites Web et des applications mobiles de l'entreprise
 - Mise en œuvre d'un programme de gestion des vulnérabilités comprenant des analyses, des rapports et des mesures correctives
 - Création d'une méthodologie de priorisation basée sur les risques pour la correction des vulnérabilités
 - Établir des références de base pour suivre les performances de la gestion des vulnérabilités au fil du temps
- Opérations de sécurité
 - Établir des méthodes de renseignement sur les risques afin d'identifier de manière proactive les menaces contre notre entreprise et nos bannières
 - Création d'un centre d'opérations de sécurité interne en association avec des fournisseurs de services de sécurité afin de surveiller et de répondre aux événements sécurité
- Intervention en cas d'incident informatique
 - Nous avons établi un plan d'intervention en cas de violation de la sécurité
 - Nous avons réagi à des événements de sécurité qui n'ont pas donné lieu à des incidents importants ou devant être signalés



GENS : NOUVEAUX ENGAGEMENTS



COMITÉ DE RÉMUNÉRATION

2023

Former, au niveau du conseil d'administration, un comité de rémunération qui sera chargé de déterminer le plan de rémunération des cadres supérieurs.

Lors d'un événement ultérieur à la période du présent rapport mais avant sa publication, le conseil d'administration de MTY a formé, en mars 2023, le comité de rémunération, de nomination et de gouvernance. Les responsabilités du comité sont de déterminer la rémunération, le développement et la succession des cadres, la structure du conseil d'administration et les politiques de gouvernance d'entreprise en accord avec les objectifs futurs de MTY.



DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE

2023

Lancer un programme de formation pour gestionnaires.

ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Le présent rapport contient certains énoncés relatifs à nos objectifs en matière d'alimentation, de planète et de gens, tel que les 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 circonstances. 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 ainsi qu'aux bannières n'ayant pas fait partie de MTY pour une période minimale de 12 mois.

Merci d'avoir lu notre mise à jour 2022 relative à notre premier rapport de développement durable, et de nous accompagner dans notre parcours. Nous demeurons engagés envers le développement durable chez MTY et apprécions tous les commentaires que vous pourriez avoir sur les efforts que nous avons déployés et les objectifs que nous avons fixés.

Merci de votre confiance et de soutenir notre objectif de créer un MTY plus durable pour notre avenir.

- L'équipe ESG de MTY

« LET'S ROLL »

Stéphane