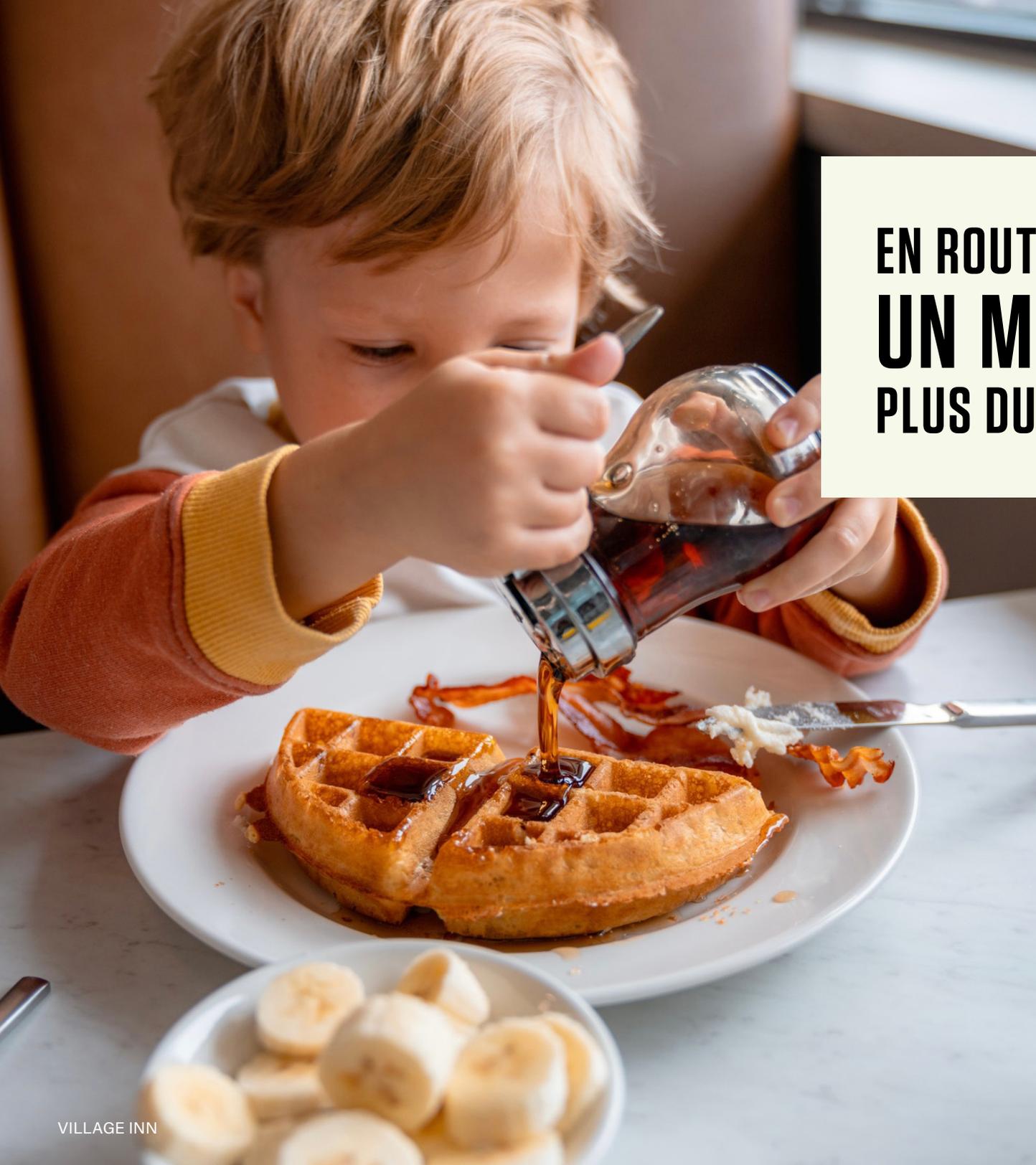




MISE À JOUR RELATIVE AU  
**RAPPORT DE  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE DE MTY**

---

2024

A young child with light brown hair, wearing an orange and yellow long-sleeved shirt, is focused on pouring a dark liquid from a glass dispenser onto a plate of golden-brown waffles. The waffles are on a white plate, and a knife with butter is also visible. In the foreground, there is a small white bowl filled with sliced bananas. The background is softly blurred, showing a window and a person's arm.

**EN ROUTE VERS  
UN MTY  
PLUS DURABLE**

# TABLE DES MATIÈRES

## INTRODUCTION

- 5 Un message de notre directrice du développement durable
- 6 Empreinte globale MTY
- 7 À propos de MTY
- 8 Nos objectifs, vision et valeurs
- 9 Les bannières MTY
- 10 Comité MTY RISE

## ALIMENTATION

- 13 Notre pilier alimentation : élever les standards par un approvisionnement responsable
- 14 Bien-être animal
- 16 Hygiène et salubrité des aliments
- 17 Développement de recettes et nutrition
- 18 Engagements — 2021 à 2025

## PLANÈTE

- 20 Notre pilier planète : s'engager vers un avenir à faibles émissions grâce à des actions concrètes
- 22 Énergie et émissions
- 23 Portrait de notre année de référence en matière d'émissions de GES
- 26 Gestion des matières résiduelles
- 28 Engagements — 2021 à 2025

## GENS

- 30 Notre pilier gens : mobiliser nos équipes et nos communautés par la croissance et l'innovation
- 31 Culture et développement de carrière
- 33 Soutien aux communautés
- 34 Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY
- 35 Cybersécurité et protection des données
- 36 Engagements — 2021 à 2025

## ÉNONCÉS PROSPECTIFS



# À PROPOS DU PRÉSENT RAPPORT

Le développement durable est important pour le Groupe d'Alimentation MTY Inc. (« MTY », « nous » ou la « Société ») et nous sommes fiers de publier cette mise à jour du Rapport de développement durable 2024 (le « Rapport »), qui présente les efforts déployés pour atteindre nos objectifs en matière de durabilité au cours de notre exercice financier se terminant le 30 novembre 2024.

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!  EN CONTINU  RETARD SUR L'ÉCHÉANCIER 

Les données contenues dans ce Rapport proviennent de nos opérations corporatives, des restaurants appartenant à la Société ainsi que des bannières ayant fait partie de MTY pendant l'ensemble de l'exercice financier 2024. Les informations présentées couvrent les initiatives mises en œuvre durant la période allant du 1<sup>er</sup> décembre 2023 au 30 novembre 2024.

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 détermination 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 selon l'évolution de notre contexte de développement durable.

Ce Rapport s'appuie sur les normes de présentation de la *Sustainability Accounting Standards Board* (« SASB ») pour les restaurants et celui des aliments transformés, sur les standards de reddition de comptes de la *Global Reporting Initiative* (« GRI »), ainsi que sur les lignes directrices du *Greenhouse Gas Protocol* (« GHG Protocol »). SASB et GRI publient des normes complémentaires en matière de développement durable qui répondent aux besoins de nos différentes parties prenantes internes et externes. Nous avons retenu les normes les plus pertinentes en lien avec nos objectifs commerciaux. Les lignes directrices du GHG Protocol ont été retenues pour soutenir nos efforts de déclaration des émissions de gaz à effet de serre.

Les objectifs de développement durable (« ODD ») des Nations Unies (« ONU ») sont un appel mondial à l'action visant à mettre fin à la pauvreté, à protéger la planète et à améliorer la vie et les perspectives pour tous. L'agenda des ODD a été élaboré en 2015 par l'ONU et contient 17 objectifs. Nous appuyons cette initiative et souhaitons respecter les objectifs qui se rapportent aux domaines dans lesquels nous avons un impact.

MTY est responsable de la préparation et de l'intégrité du contenu du présent Rapport.<sup>2</sup> Tous les experts 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 n'a pas fait l'objet d'une vérification externe.

Merci de prendre le temps de lire ce Rapport. Nous vous invitons à nous faire part de vos questions ou commentaires à l'adresse suivante : [sustainability@mtygroup.com](mailto:sustainability@mtygroup.com).

<sup>1</sup> Dans la totalité de ce Rapport, les références à MTY, nous ou la Société, peuvent inclure des activités réalisées par des filiales de Groupe d'Alimentation MTY Inc.

<sup>2</sup> Certaines informations contenues dans ce rapport ont été fournies par des tiers, y compris nos fournisseurs indépendants. Dans ces cas-là, nous nous sommes fiés, dans une certaine mesure, à ces tiers pour ce qui est de l'exactitude et de l'intégrité des informations.



# UN MESSAGE DE NOTRE DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Je suis heureuse de vous présenter la mise à jour 2024 relative à notre Rapport de développement durable. Bien que cette édition propose un aperçu global, elle met en lumière les progrès significatifs que nous avons réalisés et les impacts concrets de nos initiatives environnementales, sociales et de gouvernance (« ESG ») à l'échelle de l'organisation.

Cette année, nous avons franchi une étape importante avec la publication de notre tout premier rapport d'inventaire des gaz à effet de serre (« GES ») — une base essentielle en vue de l'élaboration d'une politique environnementale formelle au cours de la prochaine année. Les perturbations climatiques survenues en 2024 — notamment les inondations, les feux de forêt et les épisodes de chaleur extrême — ont renforcé l'urgence de bâtir une résilience climatique dans l'ensemble de nos activités et de notre chaîne d'approvisionnement.

Nous avons également fait progresser notre engagement environnemental en :

- Approfondissant notre attention portée à la biodiversité, reconnaissant son rôle essentiel dans des systèmes alimentaires durables.
- Prenant des décisions plus éclairées en matière d'emballage afin de favoriser l'économie circulaire, tout en respectant nos obligations liées aux réglementations sur la responsabilité élargie des producteurs (« REP »).

Sur le plan social, nous avons publié notre tout premier rapport annuel relatif à la Loi sur l'esclavage moderne, décrivant les mesures que nous avons mises en place pour identifier et atténuer les risques liés au travail forcé et au travail des enfants dans nos activités et notre chaîne d'approvisionnement.

De plus :

- Nous avons rejoint la Table ronde concernant l'industrie de la restauration de Allergies Alimentaires Canada pour soutenir l'élaboration de lignes directrices volontaires sur la gestion des allergènes.
- Nous sommes devenus membres de l'Animal Agriculture Alliance, ce qui a enrichi notre compréhension du bien-être animal et a orienté le développement de nos propres pratiques. Dans le cadre de cet engagement, nous avons fièrement publié notre première Politique officielle sur le bien-être animal — une étape clé pour établir des attentes claires et favoriser l'amélioration continue dans notre chaîne d'approvisionnement.

La gouvernance demeure au cœur de nos ambitions ESG. Cette année, nous avons entamé l'alignement de nos usines alimentaires avec les normes SASB pour le secteur de la transformation alimentaire, afin de renforcer la comparabilité et la pertinence de nos données ESG. Nous avons également suivi de près l'évolution des politiques émergentes en matière de diligence raisonnable environnementale et sociale, pour que notre gouvernance

demeure agile et tournée vers l'avenir. Par ailleurs, l'engagement des parties prenantes demeure central à notre stratégie — nous permettant d'aligner nos priorités sur les besoins de nos employés, franchisés, fournisseurs et clients.

En regardant vers l'avenir, nous demeurons résolument engagés à faire progresser notre feuille de route en développement durable avec rigueur et transparence. Que ce soit en réduisant notre empreinte environnementale, en défendant les droits humains ou en favorisant une expérience culinaire sécuritaire et inclusive, notre travail repose sur une conviction commune : la nourriture a le pouvoir de rassembler, de nourrir et d'inspirer.

En tant que l'un des principaux franchiseurs de restaurants en Amérique du Nord, nous comprenons notre rôle dans la lutte contre les changements climatiques, la promotion du bien-être des communautés et l'exploitation responsable de nos activités. Ensemble, avec nos parties prenantes, nous continuerons de bâtir un MTY plus durable.

Sincèrement,



**Patricia Briere**

Directrice du développement durable



# EMPREINTE GLOBALE MTY



**5 636**  
**MILLIONS \$**  
CHIFFRE D'AFFAIRES RÉSEAU<sup>1</sup>



**7 546**  
EMPLOYÉS DÉDIÉS<sup>2</sup>



**2**  
USINES ALIMENTAIRES



**45**  
ANS D'HISTOIRE



**204,4**  
**MILLIONS +**  
TRANSACTIONS CLIENTS  
EN AMÉRIQUE DU NORD



**90**  
BANNIÈRES



**40 +**  
PAYS



**7 079**  
ÉTABLISSEMENTS  
À TRAVERS LE MONDE  
6 827 établissements franchisés  
252 établissements exploités par la Société

**Bureau Chef** : St-Laurent, Québec, Canada

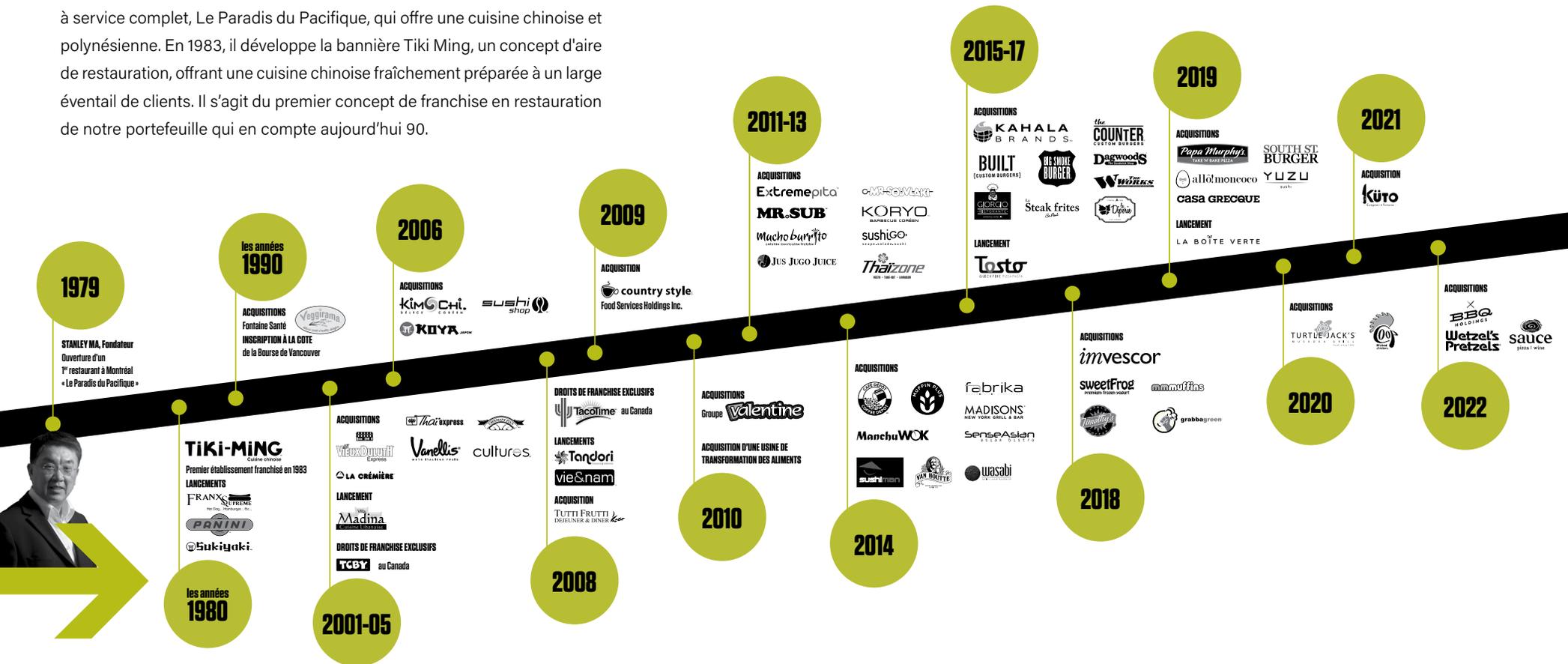
<sup>1</sup> CAD. Pour plus d'information sur notre chiffre d'affaires réseau, veuillez-vous référer à notre Rapport Annuel 2024 disponible [ici](#).

<sup>2</sup> Employés des sièges sociaux, de nos usines alimentaires, centre de distribution et des établissements exploités par la Société en date du 30 novembre 2024.

# 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 développe la bannière Tiki Ming, un concept d'aire de restauration, offrant une cuisine chinoise fraîchement préparée à un large éventail de clients. Il s'agit du premier concept de franchise en restauration de notre portefeuille qui en compte aujourd'hui 90.



# NOS OBJECTIFS, VISION ET VALEURS

« **LET'S ROLL** »

*Stanley Ma*

## NOTRE OBJECTIF

La célèbre déclaration de notre fondateur Stanley Ma est intégrée à nos objectifs, reflétant nos efforts continus pour accroître notre portée et atteindre de nouveaux sommets année après année.

**EN ROUTE  
VERS UN MTY  
PLUS DURABLE**

## NOTRE VISION

Nous agissons consciemment pour appuyer une transformation durable de l'industrie alimentaire. Notre approche face au développement durable est holistique car nous comprenons que la santé de notre planète, de notre société et de notre économie sont étroitement liées.

**EXCELLENCE.**

**DÉVOUEMENT.**

**INNOVATION.**

## NOS VALEURS

Notre Société s'est construite sur ces valeurs et elles se manifestent à travers les membres de notre équipe, nos bannières et nos franchisés.

# LES BANNIÈRES MTY



# COMITÉ MTY RISE

Le Conseil d'administration est responsable de la gouvernance de MTY et détient l'autorité ultime en matière de supervision et de reddition de comptes quant à la mise en œuvre réussie des objectifs clés établis dans le cadre de l'approche ESG de la Société. Toutefois, la gouvernance corporative spécifique de notre démarche ESG et de ses piliers directeurs relève du comité MTY Rise. Le comité MTY Rise soutient le Conseil d'administration dans l'élaboration des objectifs, indicateurs et cibles à intégrer au plan de durabilité à long terme de la Société, et veille au suivi de la progression vers l'atteinte de ces objectifs.

La présidence du comité MTY Rise présente les mises à jour et préoccupations critiques au Conseil d'administration ainsi qu'aux membres de la haute direction, au besoin.



En route  
vers un MTY  
plus durable.



Le comité MTY Rise est responsable de la collecte, de la structuration et de la diffusion des données ESG provenant de l'ensemble des parties prenantes. Ses responsabilités incluent notamment :

- La coordination et le suivi des cibles ESG définies par la Société, en lien avec les ODD de l'ONU, ainsi que les normes GRI et SASB que nous visons à respecter;
- La proposition d'objectifs, d'enjeux prioritaires et d'occasions à saisir en matière de développement durable et de changements climatiques;
- La présentation des priorités ainsi que le développement de contenus éducatifs pour faire progresser les connaissances, les compétences et l'expérience collectives des parties prenantes internes;
- La préparation des rapports annuels de développement durable, incluant les mises à jour de l'analyse de matérialité afin d'aligner les standards de reddition de comptes sur les enjeux jugés pertinents.

# MTY RISE

## SOUS-COMITÉS

Les efforts du comité MTY RISE sont répartis en différents sous-comités, ayant chacun des rôles précis à jouer, se partageant les tâches et travaillant 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 oeuvre 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'affût 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.



# ALIMENTATION

- 13 Notre pilier alimentation : élever les standards par un approvisionnement responsable
- 14 Bien-être animal
- 16 Hygiène et salubrité des aliments
- 17 Développement de recettes et nutrition
- 18 Engagements — 2021 à 2025

# NOTRE PILIER ALIMENTATION : ÉLEVER LES STANDARDS PAR UN APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE



MTY rassemble une grande diversité de cuisines et de concepts novateurs, offrant à nos clients des aliments savoureux, pratiques et de haute qualité.

Notre approche d'approvisionnement responsable constitue un pilier clé de notre stratégie ESG globale. Elle privilégie des ingrédients sélectionnés avec intégrité, dans le respect des droits humains, et en cohérence avec nos engagements — notamment en matière de bien-être animal. Nous choisissons soigneusement nos partenaires d'approvisionnement afin de nous assurer que les ingrédients utilisés au sein de nos bannières respectent nos normes de salubrité alimentaire et de qualité, tout en soutenant nos valeurs fondamentales.

Une gestion efficace de la chaîne d'approvisionnement joue un rôle essentiel dans la livraison de produits frais et uniformes à nos franchisés, tout en maintenant des options de menu accessibles à des prix concurrentiels pour nos clients.

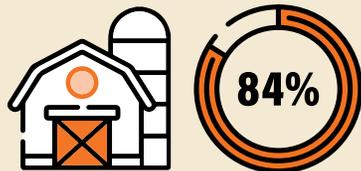
Nous vous invitons à découvrir les actions que nous avons entreprises en 2024 pour atteindre les objectifs de notre pilier alimentation, ainsi que nos efforts pour nous aligner sur les ODD suivants :



## 1. BIEN-ÊTRE ANIMAL

En 2024, dans le cadre de notre politique d'approvisionnement responsable et de nos initiatives ESG plus larges, nous avons pris un engagement majeur : développer et mettre en œuvre un programme complet de bien-être animal, accompagné d'un cadre de gouvernance associé. Cette étape importante reflète plusieurs mois de travail soutenu réalisé par une équipe interfonctionnelle, en collaboration avec des experts externes de l'industrie, afin d'établir une approche rigoureuse et crédible en matière de bien-être animal à travers notre chaîne d'approvisionnement.

Chez MTY, nous nous soucions du bien-être des animaux. Nous reconnaissons la valeur intrinsèque de chaque vie et nous nous engageons à veiller à ce que les animaux soient traités avec respect et compassion tout au long de leur vie. Notre politique repose sur des standards internationalement reconnus, notamment le modèle des Cinq Libertés Fondamentales ainsi que celui, plus progressif, des Cinq Domaines, qui tiennent compte à la fois du bien-être physique et de l'expérience émotionnelle des animaux.

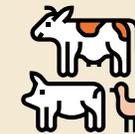


À la suite de nos efforts de mise en œuvre, **84% de nos fournisseurs ont confirmé qu'ils disposent d'une politique de bien-être animal conforme à nos exigences**, ce qui représente **une augmentation de 6% par rapport à notre point de référence de 2023**. Ce progrès concret reflète notre engagement envers l'amélioration continue, la transparence et l'approvisionnement responsable.

Nous considérons cet engagement comme un élément central de notre stratégie de durabilité à long terme, contribuant à renforcer la résilience de la chaîne

d'approvisionnement, à atténuer les risques et à maintenir la confiance de nos parties prenantes.

Pour en savoir plus sur le **Programme de bien-être animal de MTY**, nous vous invitons à consulter notre site Web [ici](#).



PLUS DE

**92%**

**DES PROTÉINES ANIMALES ACHETÉES PAR NOS RESTAURANTS PROVIENNENT DE FOURNISSEURS DONT LES POLITIQUES DE BIEN-ÊTRE ANIMAL SONT ALIGNÉES AVEC LE PROGRAMME DE BIEN-ÊTRE ANIMAL DE MTY**



**NOUS SOMMES FIERS D'ANNONCER QUE :**

**PROGRÈS EN MATIÈRE  
D'APPROVISIONNEMENT EN ŒUFS  
VERS UN APPROVISIONNEMENT  
PLUS ÉTHIQUE EN ŒUFS**

En cohérence avec notre engagement envers le bien-être animal et l'approvisionnement responsable

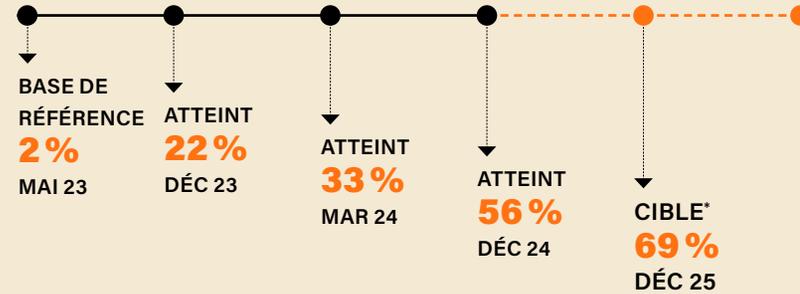


100% de nos fournisseurs sous contrat sont alignés sur notre Programme de bien-être animal.

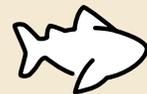


56% des œufs achetés auprès de ces fournisseurs proviennent de poules pondeuses élevées en liberté ou en colonies enrichies.

**BIEN-ÊTRE DES POULES PONDEUSES : PROGRÈS RÉALISÉS**



Nous restons déterminés à éliminer progressivement les œufs issus de systèmes conventionnels et à nous approvisionner auprès de fournisseurs respectant ou dépassant les normes canadiennes et américaines en matière de bien-être animal.

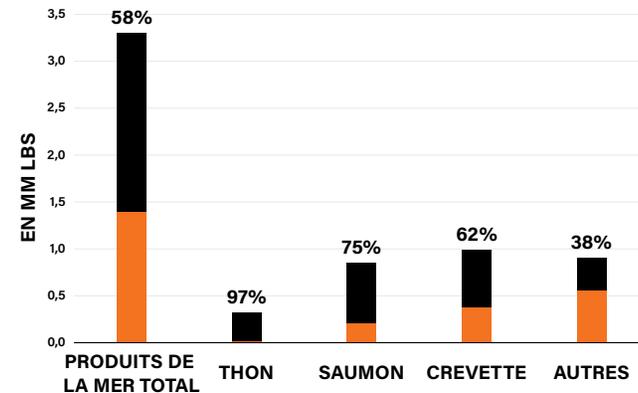


PRÈS DE

**1,9 MILLIONS DE LB**

DE PRODUITS DE LA MER ACHETÉS PAR CONTRAT SONT CERTIFIÉS PAR UNE TIERCE PARTIE, NOTAMMENT SELON LES NORMES DE BEST AQUACULTURE PRACTICES (« BAP ») OU DU MARINE STEWARDSHIP COUNCIL (« MSC »)

**PRODUITS DE LA MER SERVIS EN 2024 DANS NOS RESTAURANTS**



■ % du volume certifié par une tierce partie

\*Estimation basée sur la situation actuelle

## 2. HYGIÈNE ET SALUBRITÉ DES ALIMENTS

La salubrité alimentaire est une priorité fondamentale qui a un impact direct sur la confiance et le bien-être de nos clients. De nos fournisseurs jusqu'aux opérations dans nos restaurants, nous maintenons des normes et des protocoles rigoureux afin de garantir que chaque ingrédient soit sécuritaire pour la consommation.

Tout au long de notre chaîne d'approvisionnement, nous collaborons avec des fournisseurs qui appliquent les meilleures pratiques de l'industrie en matière de salubrité alimentaire et qui respectent rigoureusement l'ensemble des lois, règles et règlements applicables. Chaque année, nos fournisseurs font l'objet d'audits afin de s'assurer qu'ils répondent à nos exigences en matière de conformité, incluant les programmes de salubrité alimentaire, les certifications, la traçabilité des produits, les protocoles de rappels, ainsi que les engagements de responsabilité sociale et environnementale.

Grâce à des programmes de formation dédiés à la salubrité alimentaire, nous offrons à nos franchisés et à leurs équipes les connaissances et les outils nécessaires pour maintenir des normes élevées dans leurs opérations quotidiennes.



### QUELQUES STATISTIQUES SUR NOS MESURES DE SALUBRITÉ DES ALIMENTS :



**UNE MOYENNE DE 4,6 AUDITS INTERNES OU PAR UN TIERS ONT ÉTÉ RÉALISÉS PAR RESTAURANT<sup>1</sup> EN 2024.**



**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 11 RAPPELS AU CANADA ET 8 AUX ÉTATS-UNIS, TOUS INITIÉS PAR NOS FOURNISSEURS.**

<sup>1</sup> Bannières ayant participé à l'enquête.

### 3. DÉVELOPPEMENT DE RECETTES ET NUTRITION

Avec plus de 90 bannières réparties dans plusieurs segments de marché, nous sommes fiers d'offrir une diversité d'options de menu qui répondent à une grande variété de goûts et de préférences alimentaires. Qu'il s'agisse d'options végétales, de plats adaptés aux enfants ou de choix gourmands, notre objectif est d'offrir de la variété, de la transparence ainsi que des options réfléchies sur le plan nutritionnel. Nous croyons que la transparence des ingrédients, l'exactitude des informations nutritionnelles et la clarté des renseignements sur les allergènes aident nos clients à faire des choix alimentaires éclairés. Dans le cadre de notre engagement envers les générations futures, nous nous efforçons de créer des options de menu plus saines pour les enfants, conscients de notre rôle dans la promotion d'une alimentation équilibrée.



Que ce soit pour l'achat de nos délicieux repas prêts-à-cuire en supermarché ou lors d'une visite dans l'une de nos bannières, nos clients ont facilement accès aux informations nutritionnelles et allergènes, leur permettant de faire des choix alimentaires éclairés et en toute confiance.



En 2024, nous avons rejoint le Conseil de l'industrie de la restauration de Allergies Alimentaires Canada. En partageant les apprentissages tirés de nos différentes bannières, nous contribuons activement à l'élaboration de lignes directrices nationales en matière de meilleures pratiques pour la gestion des allergènes dans le secteur de la restauration.



Nos clients peuvent profiter d'au moins une option de menu végétale<sup>1</sup> dans toutes les bannières applicables de MTY.



#### MENU POUR ENFANTS

98 % de nos bannières offrant un menu pour enfants proposent au moins un plat conforme aux Lignes directrices destinées au menu pour enfants de MTY.

<sup>1</sup> 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.

# ENGAGEMENTS — 2021 À 2025

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">OBJECTIF ATTEINT</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une option végétale est offerte dans 85% de nos bannières concernées.</li> <li>• Le pourcentage de café issu de sources éthiques a été mesuré avant sa date d'échéance.</li> <li>• Le pourcentage de nos ingrédients contenant de l'huile de palme certifiée RSPO a été déterminé.</li> <li>• Au moins 80% des ingrédients contenant de l'huile de palme sont certifiés RSPO.</li> </ul>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EN CONTINU</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuer à faire le suivi des certifications en salubrité des aliments, au moyen d'audit réalisés par des tiers certifiés par l'initiative mondiale de la sécurité alimentaire (« GFSI »).</li> <li>• Contracter avec des fournisseurs de protéine animale, de produits laitiers et d'œufs dont les priorités et les politiques internes sont axées sur l'amélioration du bien-être des animaux.</li> <li>• Communiquer au moins annuellement nos objectifs et progrès en matière de bien-être animal.</li> <li>• Continuer la transition vers des œufs provenant de poules élevées en liberté, en aménagement enrichi et/ou certifiés par UEP, dans la mesure où l'offre disponible répond aux besoins de MTY ou lorsque requis par les lois en vigueur.</li> <li>• Privilégier le café provenant de sources durables.</li> <li>• Publier ou rendre accessibles aux clients les fiches d'informations nutritionnelles et allergènes des principaux items de menu pour nos 50 bannières principales.<sup>1</sup></li> <li>• Toutes les bannières concernées offrent au moins une option végétale à compter de 2024.</li> </ul>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">SUR LA BONNE VOIE</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tous les fournisseurs de niveau 1 devront confier la vérification de leurs programmes de salubrité des aliments à des sociétés d'audit tierces, incluant le système HACCP d'ici 2025.</li> <li>• Mesurer le pourcentage de nos fournisseurs actuels qui détiennent une politique de bien-être animal, incluant ceux qui respectent les Cinq Libertés Fondamentales du bien-être animal.</li> <li>• 100% de nos bannières concernées devront offrir un choix de café issu de source durable.</li> <li>• Tous nos fournisseurs de protéines devront adhérer au Code de Conduite à l'intention des fournisseurs de MTY (« Code » ou « CoC ») ou à une entente équivalente approuvée mutuellement d'ici 2025, ou encore auront mis en place leur propre code équivalent et conforme.</li> <li>• D'ici la fin de 2025, pour maintenir une relation d'affaires avec MTY, nos fournisseurs d'huile de palme devront être alignés sur les engagements décrits dans notre CoC et avoir en place une politique d'approvisionnement durable en huile de palme.</li> </ul>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">RETARD SUR L'ÉCHÉANCIER</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publier ou rendre accessible à la clientèle, les informations nutritionnelles et les fiches d'allergènes de nos principaux choix de menu pour toutes nos bannières d'ici 2024.</li> <li>• 100% de nos bannières ayant un menu pour enfants devront offrir au moins une option respectant nos directives nutritionnelles d'ici 2024.<sup>2</sup></li> </ul>

<sup>1</sup> Les 50 premières bannières sont évaluées annuellement et sont sujettes à changement. MTY se conforme à toutes les lois applicables et demeure engagé à rendre accessibles les fiches d'informations nutritionnelles et allergènes de ses principaux items de menu à nos clients.

<sup>2</sup> Avec les changements de menu prévus, nous prévoyons qu'à la fin de 2025, 100 % de nos bannières offrant un menu pour enfants proposeront au moins un plat conforme à nos lignes directrices.



# PLANÈTE

- 20** Notre pilier planète : s'engager vers un avenir à faibles émissions grâce à des actions concrètes
- 22** Énergie et émissions
- 23** Portrait de notre année de référence en matière d'émissions de GES
- 26** Gestion des matières résiduelles
- 28** Engagements — 2021 à 2025

# NOTRE PILIER PLANÈTE : S'ENGAGER VERS UN AVENIR À FAIBLES ÉMISSIONS GRÂCE À DES ACTIONS CONCRÈTES



Au cours des dernières années, le pilier Planète visait à mieux comprendre notre impact environnemental. Nous avons évalué l'énergie que nous consommons, les émissions que nous générons et les déchets issus de nos opérations corporatives, afin d'identifier des occasions d'améliorer nos processus et de réduire notre empreinte écologique.

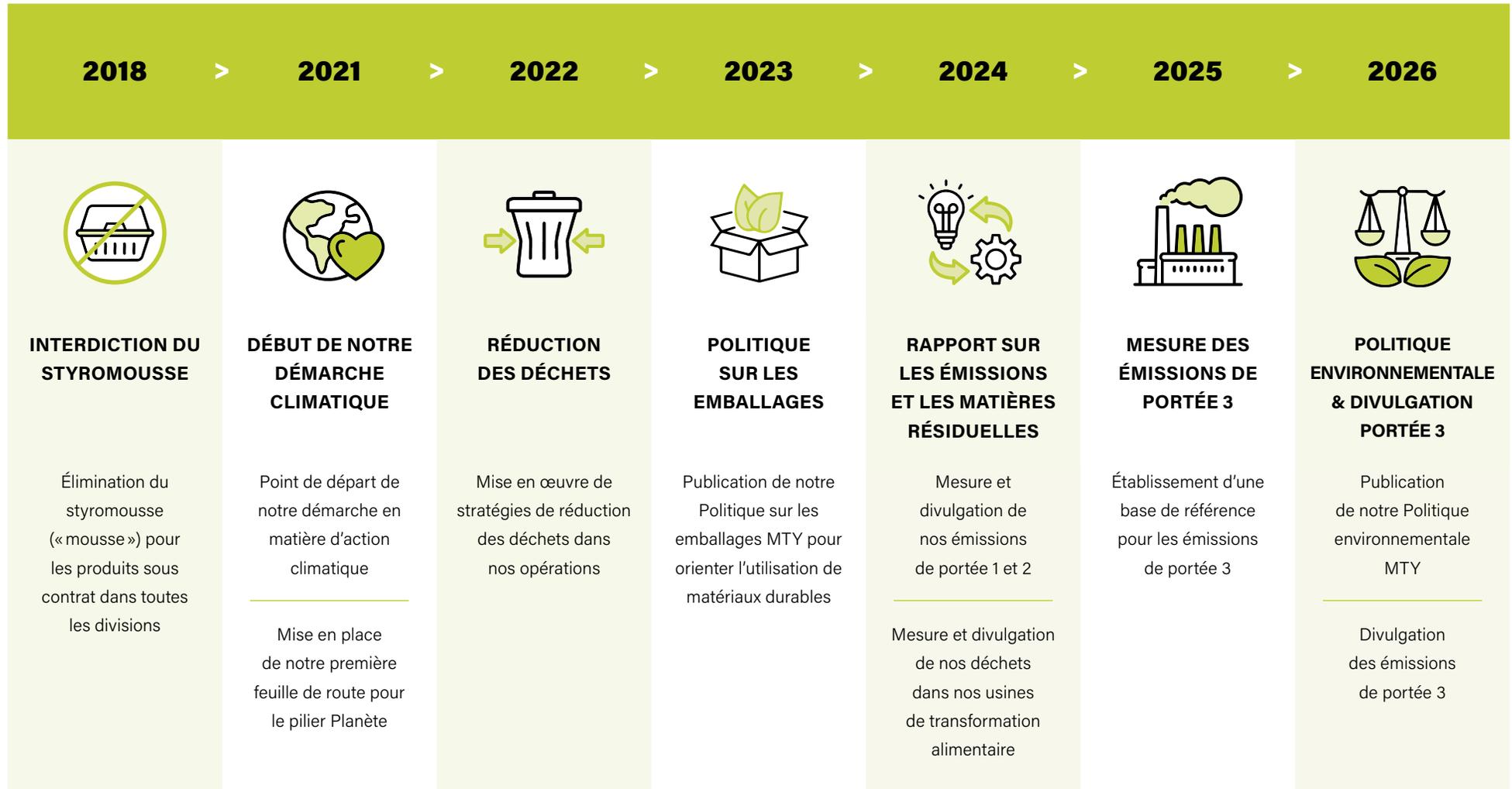
Ces efforts fondamentaux sont alignés sur les principaux cadres de référence internationaux, notamment les standards de la GRI (*GRI 302 : Énergie, GRI 305 : Émissions, GRI 306 : Déchets*), ainsi que les lignes directrices du SASB pour les secteurs de la restauration et des aliments transformés. Grâce à ces cadres, nous visons à accroître la transparence, à mesurer nos progrès et à mobiliser les parties prenantes face aux risques et aux opportunités liés aux changements climatiques.

En 2025, nous poursuivrons l'approfondissement de notre évaluation d'impact en analysant notre chaîne

de valeur et nos émissions de portée 3. Cela nous permettra d'établir une base complète de référence en matière d'émissions, afin de soutenir l'élaboration d'objectifs scientifiques alignés et de trajectoires de décarbonation significatives, en continuité avec nos efforts pour contribuer aux ODD suivants :



ÉTAPES CLÉS



# ÉNERGIE ET ÉMISSIONS

Nous préparons notre déclaration d'émissions de gaz à effet de serre (« GES ») en fonction de notre exercice financier et conformément aux normes et lignes directrices du *Greenhouse Gas Protocol*, élaborées conjointement par le *World Resources Institute* et le *World Business Council for Sustainable Development* (collectivement, le « GHG Protocol »).

Lorsque des données complètes ne sont pas disponibles, nos estimations et nos méthodologies reposent sur une sélection des meilleures pratiques tirées du guide de l'Environmental Protection Agency des États-Unis (« EPA ») *Inventory Guidance*, du GHG Protocol, de notre cabinet-conseil, ainsi que sur les données internes disponibles et diverses hypothèses que nous jugeons raisonnables.

À mesure que nous continuons d'améliorer nos méthodologies et la qualité des données, nous prévoyons que la base de référence et les résultats annuels évolueront en conséquence.



## DÉCLARATION D'ÉMISSIONS

EXERCICE FINANCIER	2023 ANNÉE DE RÉFÉRENCE	2024
<b>EN TONNE ÉQUIVALENTE EN DIOXYDE DE CARBONE (CO<sub>2</sub>E)</b>		
<b>ÉMISSIONS DE PORTÉE 1</b>	<b>18 520,57</b>	<b>16 945,67</b>
<b>ÉMISSIONS DE PORTÉE 2</b>	<b>17 312,29</b>	<b>16 695,50</b>
<b>TOTAL DES ÉMISSIONS DE PORTÉE 1 ET 2 (APPROCHE BASÉE SUR LA LOCALISATION)</b>	<b>35 832,86</b>	<b>33 641,18</b>
<b>CRÉDIT COMPENSATOIRE POUR LE RETRAIT D'ÉMISSIONS DE GES<sup>1</sup></b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Ces données ont été recueillies en suivant les recommandations de tiers quant à l'utilisation des méthodologies les plus récentes et des données les plus complètes disponibles.

<sup>1</sup> Groupe d'Alimentation MTY Inc. n'a pas acheté de crédit carbone au cours des exercices financiers 2023 et 2024.

# PORTRAIT DE NOTRE ANNÉE DE RÉFÉRENCE EN MATIÈRE D'ÉMISSIONS DE GES

Nous avons choisi l'année 2023 comme année de référence pour la déclaration de nos émissions de portée 1 et 2.

Nos émissions de portée 1 comprennent les émissions directes provenant des bureaux en location, des usines alimentaires, du centre de distribution, de la flotte de véhicules ainsi que des restaurants exploités par la Société. Cela inclut l'énergie consommée pour faire fonctionner nos équipements, l'utilisation de gaz industriels dans nos processus de fabrication, les fuites ou fuites potentielles de réfrigérants provenant de nos équipements, ainsi que le carburant utilisé pour notre flotte de véhicules.

Les émissions de portée 2 comprennent les émissions indirectes générées par la production d'électricité achetée et consommée, provenant de sources externes à notre périmètre organisationnel, mais nécessaire au fonctionnement quotidien des bureaux, usines alimentaires, centre de distribution et restaurants exploités par la Société.

En 2023, MTY possédait et/ou exploitait :

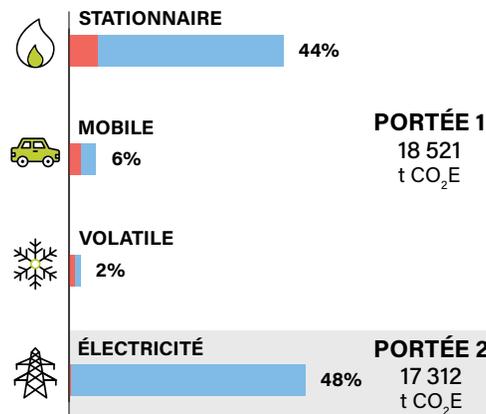
- 7 bureaux au Canada et 4 bureaux aux États-Unis;
- 51 restaurants corporatifs au Canada et 192 aux États-Unis, dont certains ont été franchisés ou fermés durant l'exercice financier. Au 30 novembre 2023, 219 établissements corporatifs étaient en exploitation;
- 2 usines alimentaires au Québec, Canada;
- 1 centre de distribution au Québec, Canada;
- Une flotte de 38 véhicules au Canada et 92 véhicules aux États-Unis, incluant des camions de cuisine appartenant à la Société.



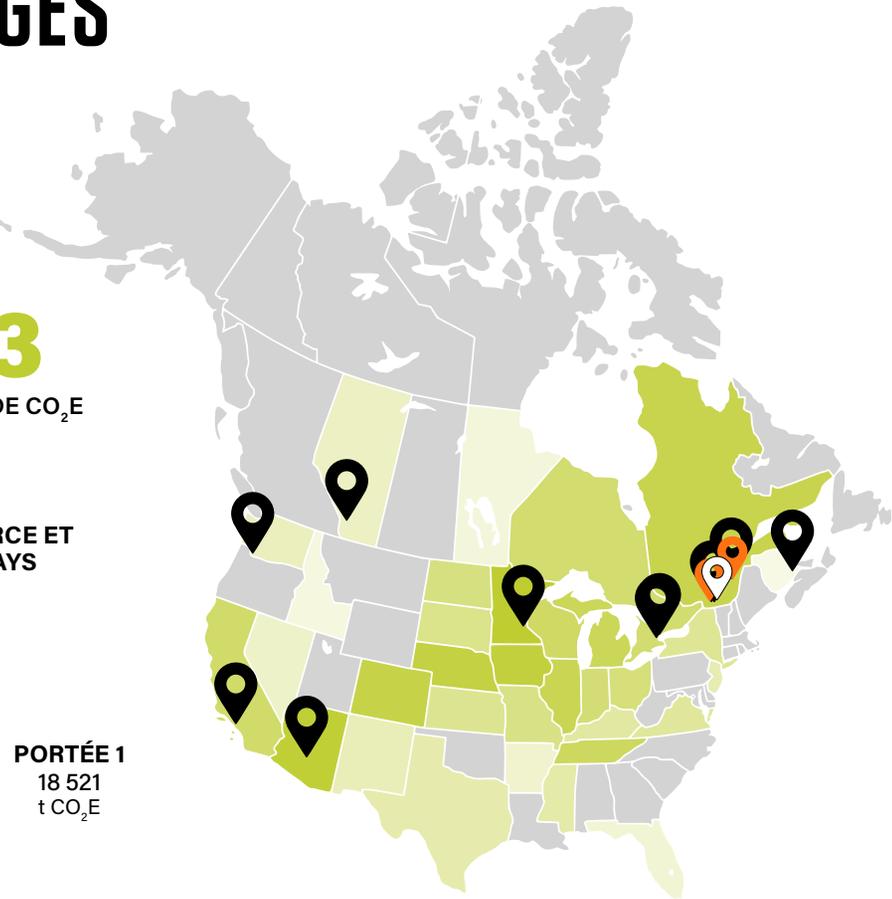
**35 833**

TONNES MÉTRIQUES (t) DE CO<sub>2</sub>E

## ÉMISSIONS GES DE PORTÉE 1 & 2 - SOURCE ET RÉPARTITION PAR PAYS



■ Canada ■ États-Unis



INTENSITÉ DES ÉMISSIONS DE GES TOTAL 11,40 5878,20

📍 Bureau 📍 Usine 📍 Centre de distribution

## CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE GLOBALE

Comprendre notre profil de consommation d'énergie est essentiel pour identifier des opportunités de réduire notre impact environnemental et améliorer notre efficacité opérationnelle. Puisque l'énergie constitue une ressource fondamentale au fonctionnement de nos activités, nous avons entrepris une évaluation de notre intensité énergétique par pied carré, ainsi qu'une analyse des différents types de sources d'énergie utilisées dans nos opérations corporatives.

La localisation géographique influence fortement le type d'énergie utilisée, en raison des différences d'infrastructure et de réseaux électriques régionaux. Afin d'obtenir une meilleure compréhension de nos opérations, nous avons mené une enquête exhaustive auprès de nos établissements pour identifier les types d'équipements utilisés, les sources d'énergie sur lesquelles ils reposent, ainsi que les possibilités d'amélioration.

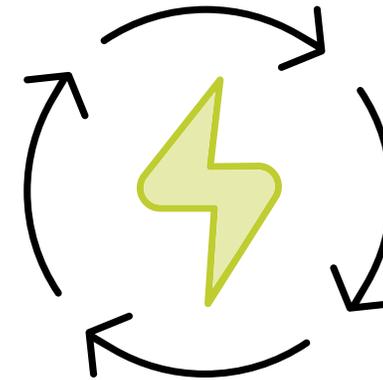
Cette évaluation nous permet de prendre des décisions éclairées en matière de conception de restaurants, de rénovations et de remplacement d'équipements en fin de vie utile.

Les résultats de cette enquête établissent notre première base de référence énergétique et serviront de fondement aux futures mesures d'efficacité énergétique et aux stratégies de réduction des émissions. Notre approche est alignée sur la norme GRI 302 : Énergie et intègre les éléments clés de divulgation des normes SASB pour les secteurs de la restauration<sup>1</sup> et des aliments transformés<sup>2</sup>.

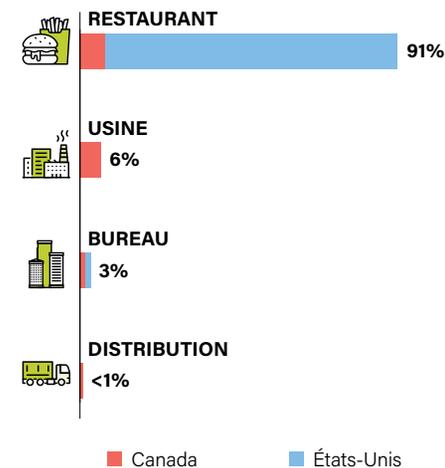
NOS OPÉRATIONS ONT CONSOMMÉ UN TOTAL DE

**496 308 GJ**

D'ÉNERGIE



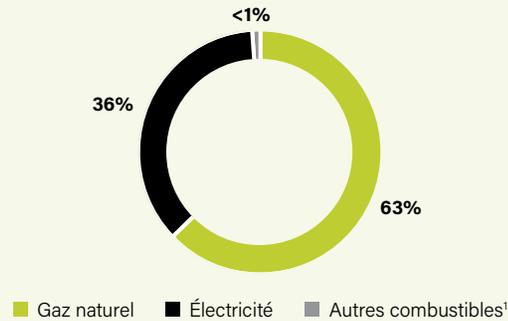
## L'ÉNERGIE EN PERSPECTIVE : VISUALISER LA CONSOMMATION À TRAVERS NOS OPÉRATIONS



1 FB-RN-130a.1 (1) 453935 GJ d'énergie consommée par les restaurantsexploités par la Société; (2) 35% d'électricité provenant du réseau; (3) 11,4% provenant de sources d'énergie renouvelable.

2 FB-PF-130a.1 (1) 27900 GJ d'énergie consommée par nos usines alimentaires; (2) 54% d'électricité provenant du réseau; (3) 50,4% provenant de sources d'énergie renouvelable.

### RÉPARTITION DE NOTRE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE PAR TYPE ET PART RENOUVELABLE



### DE L'ÉLECTRICITÉ QUE NOUS AVONS CONSOMMÉE PROVENAIT DE SOURCES D'ÉNERGIE RENOUVELABLES.<sup>2</sup>

Le suivi de l'intensité énergétique et des types d'énergie utilisés par type d'opération nous permet d'avoir une vision plus précise des secteurs où les gains d'efficacité sont les plus nécessaires. Ces données nous aident à comparer la performance entre les différents types d'installations, à identifier les activités à forte consommation et à orienter des efforts de réduction ciblés — tout en soutenant notre stratégie globale de réduction des émissions.

### SUIVI DE NOTRE INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE POUR ORIENTER LES EFFORTS DE RÉDUCTION FUTURS



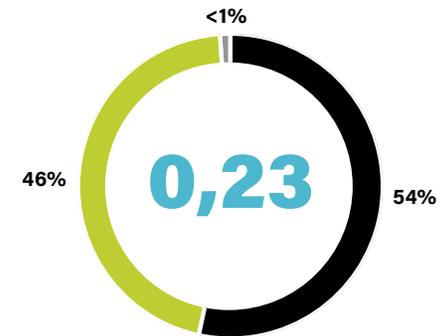
RESTAURANT-MINUTE



RESTAURANT À SERVICE RAPIDE



RESTAURANT À SERVICE COMPLET



USINE

### INTENSITÉ ÉNERGÉTIQUE GJ/PI.CA

PAR TYPE D'ÉNERGIE : ■ Gaz naturel ■ Électricité ■ Autres combustibles

<sup>1</sup> Les autres combustibles comprennent le diesel, représentant 0,12%, et le propane, représentant 0,27%.

<sup>2</sup> Calcul établi à l'aide de la Figure 2 du Régulateur de l'énergie du Canada sur la production d'électricité par type de combustible (2021) et du Power Profiler de l'EPA.

Notre estimation de l'électricité consommée provenant de sources renouvelables est d'au moins 79% au Canada et 30% aux États-Unis.

# GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

CHEZ MTY,  
LA GESTION  
DES MATIÈRES  
RÉSIDUELLES  
EST UN TRAVAIL  
D'ÉQUIPE



ÉTABLIR LES STRATÉGIES  
ET OBJECTIFS

DÉFINIR LES EXIGENCES  
EN MATIÈRE DE DONNÉES  
ET MESURER LES ICP

COLLECTER  
LES DONNÉES

METTRE EN ŒUVRE  
DES INITIATIVES

En 2024, l'un de nos objectifs était de mesurer et d'établir un point de référence pour les déchets générés par les restaurants exploités par la Société, nos bureaux corporatifs et nos usines de transformation alimentaire.

Nos usines ont été priorisées en raison du contrôle que nous exerçons sur leurs opérations et des volumes importants de produits dont nous disposons. Nous avons réalisé — et continuons de réaliser — des progrès significatifs pour optimiser nos opérations et réduire les déchets lorsque possible, que ce soit en ajustant le format d'emballages d'ingrédients, en achetant en vrac,

ou encore en mettant en œuvre des programmes de recyclage d'huile, de prévention du gaspillage alimentaire, de recyclage du carton et de dons alimentaires.

En 2024, l'une de nos installations a réussi à détourner plus de 13,5 tonnes métriques de déchets alimentaires de l'enfouissement, grâce à nos programmes de prévention et de valorisation des pertes alimentaires. Cela a permis de générer de la valeur ajoutée dans notre chaîne d'approvisionnement, en créant des sous-produits pour des applications sur des marchés alternatifs.

TRANSFORMER LES DÉCHETS  
EN IMPACT : LES BÉNÉFICES  
CLIMATIQUES DE LA VALORISATION  
DES PERTES ALIMENTAIRES  
DANS NOS INSTALLATIONS DE  
TRANSFORMATION



DÉTOURNEMENT DE PLUS DE

**13,5**

TONNES MÉTRIQUES DE  
DÉCHETS ALIMENTAIRES DES  
SITES D'ENFOUISSEMENT



BÉNÉFICE NET :

**9,87**

TONNES MÉTRIQUES  
DE CO<sub>2</sub>E ÉVITÉES<sup>1</sup>

Notre programme de recyclage du carton, mis en œuvre dans toutes nos usines alimentaires, nous a permis de détourner plus de 82,5 tonnes métriques de déchets des sites d'enfouissement. Selon EPA, cela équivaut à la préservation de près de 1530 arbres.

**RECYCLER AVEC INTENTION :  
L'IMPACT DE LA RÉCUPÉRATION  
DU CARTON DANS NOS  
INSTALLATIONS DE  
TRANSFORMATION ALIMENTAIRE**



**DÉTOURNEMENT DE PLUS DE  
82,5  
TONNES MÉTRIQUES DE DÉCHETS**



**PRÉSERVATION DE PRÈS DE**



**1530  
ARBRES**

Nos restaurants réalisent également des progrès notables en matière de réduction, de réutilisation, de compostage et de recyclage des déchets, lorsque possible. En 2024, nous avons fait progresser un projet de lignes directrices MTY visant à soutenir nos équipes créatives dans l'élaboration de messages sur les emballages à l'effigie de nos bannières, afin de promouvoir et de communiquer des instructions de tri ou de disposition à nos clients.

À travers nos bannières, plusieurs initiatives de gestion des matières résiduelles ont été mises en place. Bien que ces initiatives varient d'une bannière à l'autre, elles partagent un objectif commun : réduire les déchets. Par exemple, l'une de nos bannières de restauration à service complet a remplacé les assiettes jetables en papier pour enfants par des assiettes durables et réutilisables, à la fois ludiques et attrayantes. Cette initiative a non seulement amélioré l'expérience client, mais elle a aussi permis de réduire les coûts directs de nos franchisés et de détourner plus de 1,7 tonne métrique de papier chaque année.

Notre objectif est d'aider chaque bannière à déterminer les actions les plus pertinentes selon son segment et son marché, et de lui fournir les ressources nécessaires pour atteindre ses objectifs spécifiques.

Nous poursuivons l'intégration et la promotion des meilleures pratiques de gestion des matières résiduelles au sein de nos opérations, dans le but de protéger l'environnement tout en respectant les réglementations locales et nationales — et ainsi contribuer à la réduction de notre empreinte sur la planète.

**DU JETABLE AU DURABLE**

**ÉLIMINATION  
À LA SOURCE DE**

**1,7**

**TONNE MÉTRIQUE  
DE CARTON**



**RÉDUCTION  
ANNUELLE DE**

**10.43**

**TONNES MÉTRIQUES  
DE CO<sub>2</sub>E<sup>2</sup>**



<sup>1</sup> Communiquer les avantages du recyclage | Outils pour les programmes municipaux de recyclage | US EPA

<sup>2</sup> Basé sur l'outil de calcul WARM – Version 16 : Modèles de réduction des déchets | US EPA

# ENGAGEMENTS — 2021 À 2025

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>OBJECTIF ATTEINT</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'une base de données pour quantifier ce qui est matériel et nos déchets.</li> <li>• Évaluation d'un programme d'économie circulaire pour nos baguettes dans un marché distinct.</li> <li>• Réduction de 50% de l'utilisation de napperons sur lesquels sont imprimés des menus dans les restaurants de nos bannières avant 2024.</li> <li>• Évaluation et exécution d'un projet pilote sur des solutions d'emballages réutilisables dans certains marchés ciblés afin de réduire la consommation d'articles jetables et à usage unique en 2023.</li> <li>• Remplacer d'ici la fin 2023<sup>1</sup>, dans les établissements canadiens de MTY, les plastiques difficiles à recycler par d'autres types d'emballages, tel que des emballages renouvelables ou recyclables.</li> <li>• Publication à l'interne de la politique sur les emballages de MTY.</li> <li>• Écouler des inventaires des plastiques difficiles à recycler dans nos restaurants Canadiens.</li> <li>• Remplacer les emballages fait de polystyrène extrudé (PS) par des matériaux d'emballage recyclable ou renouvelable dans nos guides de commandes Canadiens et Américains.<sup>2</sup></li> <li>• Calculer nos émissions des portées 1 et 2 en 2023 et en 2024, puis publier nos résultats dans notre rapport de 2025.</li> </ul>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>EN CONTINU</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer une stratégie de gestion des matières résiduelles et mesurer les déchets que nous produisons à l'échelle de notre organisation.</li> <li>• Mesurer et comparer les déchets produits par les restaurants qui nous appartiennent, nos bureaux et nos usines alimentaires.</li> <li>• Évaluer les différentes stratégies de carboneutralité disponibles pour compenser notre consommation de napperons.</li> </ul>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>SUR LA BONNE VOIE</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre nos propres émissions de gaz à effets de serre, déterminer des outils pour les mesurer et les déclarer, fixer des objectifs et établir notre feuille de route.</li> <li>• Établir les lignes directrices MTY pour informer les équipes de création des instructions à inscrire sur les emballages à l'effigie de nos bannières concernant la gestion de fin de vie de ces emballages.</li> <li>• S'assurer que tous nos emballages en papier soient certifiés FSC ou SFI, ou qu'ils contiennent un pourcentage de matière recyclée d'ici 2025.</li> <li>• Mesurer et déclarer nos émissions de portée 3 d'ici 2030.</li> <li>• Intégrer un système de gestion des matières résiduelles dans les nouveaux établissements ou ceux rénovés, si possible et lorsqu'applicable.</li> </ul>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>RETARD SUR L'ÉCHÉANCIER</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier nos plus grands impacts environnementaux le long de notre chaîne de valeur dans le cadre de notre rapport de 2023.<sup>3</sup></li> <li>• Examiner tous les emballages à l'effigie de nos bannières et s'assurer qu'ils indiquent tous clairement comment ils doivent être traités après leur utilisation, d'ici la fin 2024.<sup>4</sup></li> </ul>

1 Lorsque requis par la loi.

2 Cet objectif exclut tout inventaire acheté en raison de problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement et/ou de problèmes de qualité connexes, qui échappent à notre contrôle.

3 MTY travaille actuellement avec une firme de conseil afin d'identifier l'impact environnemental le plus important tout au long de notre chaîne de valeur en ce qui concerne les émissions de gaz à effet de serre.

4 Avec l'évolution du cadre réglementaire lié à la responsabilité élargie des producteurs (REP) et la révision des cibles de recyclage établies par les législations provinciales, nous sommes en voie de finaliser notre ligne directrice pour certaines catégories d'emballages, ce qui a une incidence sur notre objectif de 2024. Nous estimons également qu'en raison des inventaires actuels de certains articles, cet objectif devrait être atteint d'ici la fin de l'année 2026.



# GENS

MUCHO BURRITO

- 30 Notre pilier gens : mobiliser nos équipes et nos communautés par la croissance et l'innovation
- 31 Culture et développement de carrière
- 33 Soutien aux communautés
- 34 Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY
- 35 Cybersécurité et protection des données
- 36 Engagements — 2021 à 2025

# NOTRE PILIER GENS : MOBILISER NOS ÉQUIPES ET NOS COMMUNAUTÉS PAR LA CROISSANCE ET L'INNOVATION

Notre raison d'être se reflète à travers les actions de chacun des membres de nos équipes, qu'il s'agisse des employés en restaurant ou des membres de notre conseil d'administration.

Une équipe de 7546<sup>1</sup> employés dévoués et répartis dans nos bureaux au Canada et aux États-Unis, dans nos établissements corporatifs, notre centre de distribution et dans nos usines alimentaires, travaille ensemble pour soutenir nos bannières et renforcer nos communautés.

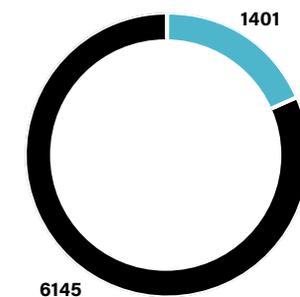
Nous savons que MTY prospère lorsque nos employés s'épanouissent. Nous aspirons à créer une communauté où chaque membre de l'équipe se sent à l'aise de partager ses idées, de collaborer et d'innover ensemble. Notre objectif constant est de fournir un environnement où les employés se sentent à leur place et peuvent évoluer. La rétention du personnel ne se résume pas à des chiffres chez MTY — nous reconnaissons que chaque employé apporte des compétences et une perspective unique, et c'est ce qui donne tout son sens à MTY.

Notre pilier Gens s'articule autour des priorités suivantes :

- La culture et le développement de carrière;
- L'acquisition, la rétention des talents et le roulement de personnel;
- 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<sup>1</sup>



■ Canada ■ États-Unis

<sup>1</sup> En date du 30 novembre 2024.

## 1. CULTURE ET DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE



SONDAGE ANNUEL  
SUR L'ENGAGEMENT :  
TAUX DE PARTICIPATION DE  
**76 %**

Inspirés par les suggestions des employés issues de notre sondage annuel sur l'engagement, nous avons lancé avec succès une initiative pilote nommée **MTY Shuffle** dans l'un de nos sièges sociaux. Ce programme favorise les liens entre collègues de différents services ou bureaux grâce à des rencontres individuelles, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance, la collaboration et le développement professionnel. Nous prévoyons élargir **MTY Shuffle** à d'autres unités d'affaires en 2025.



**15**  
EMPLOYÉS DIPLÔMÉS DU PROGRAMME  
DE DÉVELOPPEMENT DES LEADERS  
ÉMERGENTS (« ELP ») DE MTY



**235**  
CANDIDATURES  
ONT ÉTÉ SOUMISES AUX PRIX  
D'EXCELLENCE MTY



**87**  
EMPLOYÉS



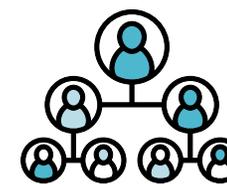
**25**  
ÉQUIPES

ONT ÉTÉ RÉCOMPENSÉS  
POUR LEURS EFFORTS



**23**  
ASSEMBLÉES RÉGIONALES  
ET « STAND UP »

Nos bureaux ont accueilli divers événements sociaux afin de promouvoir notre culture, offrir des occasions de renforcement d'équipe, exprimer notre reconnaissance, stimuler l'énergie et s'amuser !



**176**  
EMPLOYÉS ONT PARTICIPÉ  
AU PROGRAMME DES  
GESTIONNAIRES, SOIT  
**46%**  
DE PLUS QUE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

INVESTIR DANS LA CROISSANCE : FAVORISER L'ÉPANOUISSEMENT DE NOS ÉQUIPES PAR LA FORMATION CONTINUE



PLUS DE

**714 000 \$**

INVESTIS EN FORMATION CONTINUE ET DÉVELOPPEMENT POUR NOS EMPLOYÉS



UN MINIMUM DE

**107 000**

HEURES DE FORMATION ONT ÉTÉ OFFERTES À NOS FRANCHISÉS<sup>2</sup>



ENVIRON

**27 350**

UTILISATEURS ONT ACCÉDÉ AUX PLATEFORMES D'APPRENTISSAGE EN LIGNE DE MTY<sup>1</sup>



EN MOYENNE,

UN NOUVEAU FRANCHISÉ REÇOIT

**65**

HEURES DE FORMATION<sup>3</sup>

EN 2024



**208**

PARTICIPANTS  
DIPLOMÉS DE MTYU<sup>4</sup>

+



**130**

PARTICIPANTS DIPLOMÉS  
DE KTEC ONLINE<sup>4</sup>

1 MTY offre un centre de ressources en ligne centralisé où les franchisés peuvent accéder à des formations en ligne à la demande, à des vidéos et à des communications pertinentes pour leur bannière.

2 Parmi les bannières ayant participé au sondage.

3 Chaque bannière dispose de son propre programme de formation adapté à son modèle d'affaires. La moyenne est basée sur les réponses fournies par les bannières participantes.

4 L'Université MTY (« MTYU ») et KTec Online sont deux programmes de formation en classe virtuelle qui complètent la formation pratique offerte en restaurant.

## 2. SOUTIEN AUX COMMUNAUTÉS

Le dévouement, l'innovation et l'excellence nous animent chaque jour. Voici quelques-unes des façons dont nous incarnons ces valeurs au sein de nos communautés locales.



Le 1<sup>er</sup> janvier 2024, dans le but de renforcer notre engagement envers les communautés, nous avons lancé la Fondation MTY. Notre fondation s'implique à favoriser une bonne alimentation auprès des communautés à travers le Canada. Nous croyons que l'accès à des aliments nutritifs est un droit humain fondamental et nous nous engageons à lutter contre l'insécurité alimentaire, la faim et la malnutrition par le biais de solutions novatrices et de partenariats stratégiques. En mettant l'accent sur la gestion de l'environnement et la responsabilité sociale, nous visons à créer un avenir où tout le monde aura accès à une alimentation saine et où les communautés prospéreront en harmonie avec la planète. Pour en savoir plus, visitez notre site Web : [Fondation MTY | Nourrir. Soutenir. S'engager.](#)



PLUS DE  
**1 600 000 \$<sup>1</sup>**  
DONNÉS EN  
COMMANDITES À DES ŒUVRES  
CARITATIVES LOCALES



**1 022**  
HEURES DE BÉNÉVOLAT  
CONSIGNÉES PAR  
NOS EMPLOYÉS DES  
SIÈGES SOCIAUX



PARTICIPÉ À PLUS DE  
**554**  
ÉVÉNEMENTS  
COMMUNAUTAIRES



DON DE  
**5,338**  
REPAS

<sup>1</sup> Efforts combinés et documentés de collecte de fonds (à l'exclusion des dons de nourriture). Les montants indiqués sont en dollars canadiens, calculés à l'aide d'un calculateur de taux de change de 1 USD = 1,4033 CAD.

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

En 2021, le Groupe MTY a publié son premier code de conduite à l'intention de ses fournisseurs avec la volonté de communiquer nos valeurs fondamentales et d'assurer que les valeurs de nos fournisseurs soient en lignées avec les nôtres. Depuis, le nombre de fournisseurs ayant adhéré à nos valeurs n'a cessé d'augmenter et, alors que nous continuons d'améliorer notre processus de surveillance, nous avons aussi mis à jour notre CoC. La version la plus récente est disponible sur notre site web : [Développement Durable | MTY Group](#)

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

- Nous sommes dévoués à une excellente expérience-client.
- Nous sommes dévoués à nos gens.
- Nous nous engageons à respecter une éthique commerciale rigoureuse.
- Nous opérons sur un modèle d'affaires rentable.
- Nous nous engageons à réduire notre impact environnemental.
- Nous nous efforçons à toujours innover.

Comme nos valeurs fondamentales sont une partie intégrante de notre culture d'entreprise, MTY s'attend à ce que ses fournisseurs partagent ces valeurs.

#### LE BUT DE NOTRE COC EST DE S'ASSURER QUE LES FOURNISSEURS DE MTY S'ENGAGENT À :

- Agir avec intégrité;
- Se conformer aux pratiques de travail;

- Respecter les réglementations en matière de santé et de sécurité;
- Respecter les normes et promouvoir les principes décrits dans notre CoC;
- Respecter les 3 piliers de durabilité Alimentation, Planète et Gens, en conformité avec les engagements de MTY à cet égard.

#### LES OBJECTIFS DE NOTRE COC SONT DE :

- Travailler pour approvisionner nos marques avec des produits durables;
- Veiller à ce que les fournisseurs soient évalués sur la base des mérites de notre CoC le plus récent et qu'ils s'y conforment;
- S'assurer que nos fournisseurs appliquent ces mêmes normes envers leur chaîne d'approvisionnement, leur sous-traitants et leurs sociétés affiliées.

#### NOTRE COC COMPORTE TROIS SECTIONS :

##### • Intégrité Commerciale

Cette section implique que les fournisseurs représentent à MTY qu'ils respectent les lois anti-corruption, la protection des lanceurs d'alertes, l'exactitude de la tenue de livre, les exigences de confidentialité et de la gestion des griefs.

##### • Droits de la Personne

Cette section traite de la liberté d'association, de l'absence de discrimination, de harcèlement ou d'abus, de salaires équitables et d'avantages sociaux, du statut d'emploi, de l'engagement des fournisseurs à ne pas employer de main-d'œuvre mineure illégalement ni d'autoriser toute forme de travail forcé ou de traite des êtres humains et

d'assurer que les horaires de travail soient appropriés et qu'ils comportent suffisamment de jours de repos.

##### • Milieu de Travail

Cette section 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.

À CE JOUR :



**de nos fournisseurs de niveau 1 ont signé un CoC avec MTY**

MTY prends les allégations envers ses fournisseurs très sérieusement. Nous suivons les incidents et, le cas échéant, adressons toutes les allégations avec nos fournisseurs. Les allégations peuvent être soumises à [ethics@mtygroup.com](mailto:ethics@mtygroup.com).

## 4. CYBERSÉCURITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

Soutenir nos équipes et nos communautés implique un engagement ferme à protéger les renseignements personnels et sensibles de toutes les parties prenantes. La Société fait progresser en continu sa culture en matière de cybersécurité, avec pour objectif de renforcer la résilience et l'approche proactive face aux menaces numériques émergentes. Notre stratégie de cybersécurité à l'échelle de l'entreprise vise à garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des données, grâce à un programme centralisé qui dessert l'ensemble de nos divisions.

### PROTÉGER LES DONNÉES, INSPIRER LA CONFIANCE – FAITS SAILLANTS EN CYBERSÉCURITÉ



#### RENFORCEMENT DES SYSTÈMES DE SÉCURITÉ

- Mise en place d'une nouvelle solution de gestion de posture de sécurité infonuagique (« CSPM »);
- Passage d'une analyse des vulnérabilités périodique à une surveillance en temps réel.



#### PROTECTION CONTRE LES MENACES PAR COURRIEL

Nos systèmes de sécurité ont protégé près de

**20 MILLIONS**

de communications par courriel contre diverses menaces



#### CROISSANCE STRATÉGIQUE DE L'ÉQUIPE

Création de postes spécialisés axés sur :

Gestion de la surface d'attaque

Gestion des risques liés aux tiers



#### SENSIBILISATION ET FORMATION À LA CYBERSÉCURITÉ

- Célébration du Mois de la sensibilisation à la cybersécurité par une campagne d'entreprise;
- Formation mensuelle de sensibilisation à la sécurité;
- Simulations d'hameçonnage (« phishing ») trimestrielles;
- Formations ciblées pour les utilisateurs à risque élevé.

Par l'intermédiaire de ces initiatives, nous continuons de cultiver une culture proactive et résiliente en cybersécurité, qui soutient nos équipes, protège nos données et renforce la confiance de nos parties prenantes.

# ENGAGEMENTS — 2021 À 2025

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">OBJECTIF ATTEINT</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Évaluation de nos pratiques et de nos initiatives actuelles en matière de diversité, d'équité et d'inclusion, cerner et explorer les opportunités d'amélioration et mandater une firme de consultation pour établir une stratégie DEI.</li> <li>Établir un programme de philanthropie permettant aux employés de donner à des organisations de charité approuvées par MTY.</li> <li>Introduire un programme de formation pour les gestionnaires.</li> <li>Former un comité de rémunération.</li> <li>Formuler les recommandations de MTY sur nos démarches envers la diversité, l'équité et l'inclusion.</li> <li>Finaliser la stratégie DEI de MTY.</li> <li>Établir un programme d'indicateurs formels concernant la cybersécurité (sur la base des capacités de sécurité fournies en 2022).</li> </ul>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EN CONTINU</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivre les fournisseurs ayant signé le Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY.</li> <li>Continuer à publier les statistiques sur la diversité des employés de nos sièges sociaux.</li> <li>Continuer à publier annuellement le nombre d'heures de formation par employé en matière de diversité, équité et inclusion ainsi que pour la cybersécurité et la protection des données.</li> <li>S'inscrire et participer à des événements caritatifs locaux.</li> <li>Mettre en place des moyens pour que les employés demandent des congés payés à des fins de bénévolat.</li> <li>Mesurer et publier les activités de MTY en support aux communautés et le bénévolat des employés.</li> </ul>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">SUR LA BONNE VOIE</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Viser à assurer que le Code de conduite à l'intention des fournisseurs de MTY ou un équivalent mutuellement approuvé soit établi pour tous les fournisseurs de niveau 1 de MTY.</li> </ul>		

# ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Le présent rapport contient certains énoncés concernant nos objectifs en matière d'alimentation, de planète et de gens, ainsi que d'autres énoncés concernant nos attentes et nos projets, qui sont de nature prospective au sens de la Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Tous les énoncés autres que des faits historiques ou actuels, tels que des références à nos projets, nos initiatives, nos projections, nos objectifs, nos engagements ou nos attentes sont des énoncés prospectifs. Nous utilisons des termes tels que « prévoir », « anticiper », « 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 sont faits; nous n'avons pas l'obligation de mettre ces énoncés à jour. Ces énoncés comportent des incertitudes et des risques inhérents à leur nature et les résultats réels pourraient différer sensiblement des énoncés prospectifs en raison de divers facteurs, notamment l'évolution des stratégies de développement durable, la non-réalisation des attentes, l'évolution du cadre réglementaire 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 ou aux bannières n'ayant pas été intégrées à MTY pour une période minimale de 12 mois.

Merci d'avoir lu notre rapport de développement durable 2024, et de nous accompagner dans notre parcours. Nous demeurons engagés envers le développement durable chez MTY et apprécions tous les commentaires que vous pourrez 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.

- Le comité MTY RISE

« LET'S ROLL »

*Stéphane*