

RECIPE

EST. 1883



NOTRE RECETTE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

RAPPORT 2020 SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

TABLE DES MATIÈRES

GOUVERNANCE

Message du chef de la direction et de l'équipe de direction	3
À propos du présent rapport	5
À propos de Recipe	6
Recipe, l'année 2020 en un clin d'œil	7
Notre vision, notre culture et nos valeurs	8
Cadre stratégique en matière de RSE	10
Gouvernance en matière de RSE	11
Conseil d'administration	13
Gouvernance et éthique	14

GENS

Faits saillants 2020	16
Talent et mobilisation des employés	17
Diversité, équité et inclusion	23
Avantages sociaux et rémunération	31
Mieux-être des employés	32
Réseau de franchisés	35
Engagement communautaire et philanthropie	36

NOURRITURE

Faits saillants 2020	40
Sources d'approvisionnement durables	41
Salubrité alimentaire	49
Choix, nutrition et marketing	51
Récupération de nourriture	54

PLANÈTE

Faits saillants 2020	55
Conception et construction écologiques	56
Emballages durables	62
Gestion des déchets	68

ANNEXE

1. Cadre de divulgation du SASB pour les restaurants	73
2. Paramètres supplémentaires et résultats de l'exercice 2020	80
3. Tableau récapitulatif des engagements de Recipe en matière de RSE	85



Notre vision et nos objectifs en matière de RSE, ainsi qu'un investissement de 20 millions de dollars, nous aideront à souder davantage nos employés, nos franchisés et nos fournisseurs autour des priorités les plus importantes : développer nos activités de manière durable, prendre soin de nos gens et de la planète et offrir à nos clients les expériences culinaires exceptionnelles qu'ils attendent.

FRANK HENNESSEY
Chef de la direction



L'année 2020 a été sans précédent. Les nombreuses répercussions de la pandémie de COVID-19, les troubles sociaux observés aux quatre coins de la planète et la reconnaissance du rôle essentiel joué par les travailleurs de première ligne ont amplifié l'importance du rôle de Recipe dans nos collectivités. Toutes nos activités ont eu comme principal objectif de prendre soin de nos employés, de nos franchisés et de nos clients en leur offrant un environnement sécuritaire, tout en continuant à servir de délicieux plats et à redoubler d'efforts en matière de responsabilité sociale.

Ces temps difficiles nous ont incités à innover et à être toujours plus proactifs, en nous appuyant sur les valeurs de la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) qui font de Recipe un chef de file dynamique dans le secteur de la restauration. Nous sommes fiers des progrès réalisés et, pour la première fois, nous faisons état des efforts déployés dans le premier rapport sur la RSE de Recipe en adoptant une perspective différente reposant sur trois piliers : les gens, la nourriture et la planète.

L'importance accordée aux gens et particulièrement aux collectivités qui accueillent nos restaurants à bras ouverts s'est accrue plus que jamais en ces temps difficiles qu'a connus le secteur de la restauration l'an dernier. Recipe a accordé des prestations et a versé 1 047 000 \$ en primes de remerciement aux employés de première ligne. Nous avons alloué plus de 40 millions de dollars d'aide* à nos partenaires franchisés et avons fait don de plus de 2,28 millions de dollars, dont 158 543 repas à ceux touchés par la COVID-19. Nous avons mis l'accent sur le perfectionnement des gens et les plateformes de perfectionnement des cadres (RU Leading) et d'apprentissage ludique (RU Game) de l'université Recipe ont accueilli plus de 19 000 employés-étudiants. Pensant déjà à 2025, nous souhaitons que la moitié des membres de notre équipe de direction (directeur et niveaux supérieurs) soit issue de divers groupes de population, un objectif que nous avons hâte d'atteindre pour veiller à ce que Recipe reflète les collectivités locales et la diversité des clients servis dans nos restaurants.

La nourriture est au cœur de toutes nos activités et, en 2020, nous avons pu faire don de plus de 450 000 \$ de nourriture excédentaire en raison des fermetures liées à la COVID-19. Recipe n'a cessé de soutenir les producteurs et les fournisseurs qui respectent les normes les plus strictes en matière de bien-être animal en travaillant avec eux. Nous avons aussi atteint notre objectif, à savoir utiliser uniquement des œufs de poules élevées en liberté. Alors que se poursuit notre quête d'amélioration, nous veillerons à ce que les marques de Recipe soient membres de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCBD) et, d'ici fin 2022, tous nos fruits de mer seront fournis par des tiers certifiés, contribuant à maintenir une chaîne d'approvisionnement plus durable pour les générations à venir.

Ces deux dernières années, nous nous sommes aussi efforcés de mieux protéger notre planète en mettant à l'essai et en œuvre, de façon proactive, les bonnes technologies qui nous permettent d'atteindre notre objectif, à savoir réduire de 15 % la consommation d'énergie et d'eau par rapport aux données de référence de 2018. Parallèlement, nous avons collaboré avec nos marques et nos fournisseurs pour mener à bien 16 initiatives axées sur l'augmentation de la durabilité des emballages offerts à nos clients. Ensemble, ces initiatives nous ont permis de veiller à ce que 99,7 % de nos emballages soient exempts de substances perfluoroalkyliques et polyfluoroalkyliques, que 90 % des emballages proposés à nos clients soient composés de matières renouvelables, recyclables ou recyclées et que 95 % des emballages en papier soient faits de fibres issues de sources certifiées. Nous faisons des progrès remarquables, mais nous reconnaissons qu'il reste fort à faire, notamment mettre davantage l'accent sur la gestion des déchets. D'ici fin 2022, nous souhaitons mieux comprendre les volumes de déchets que nous produisons et nos données de référence quant au détournement de ces derniers, ainsi que la disponibilité des infrastructures de gestion des déchets par région canadienne pour mieux éclairer nos objectifs en la matière.

* Après que Recipe a annoncé ses programmes de soutien aux franchisés, cette aide a en partie été réduite par les avantages reçus en fonction ces derniers au titre des programmes d'aide gouvernementale.



Notre vision et nos objectifs en matière de RSE, ainsi qu'un investissement de 20 millions de dollars, nous aideront à unir davantage nos employés, nos franchisés et nos fournisseurs autour des priorités les plus importantes : développer nos activités de manière durable, prendre soin de nos gens et de la planète et offrir à nos clients les expériences culinaires exceptionnelles qu'ils attendent.

Dans les quatre ans à venir, Recipe investira cinq millions de dollars pour atteindre les objectifs liés aux trois piliers de RSE : les gens, la nourriture et la planète. Alors que nous mettons en œuvre notre recette en matière de durabilité, l'avenir semble plus prometteur que jamais pour Recipe.

Merci pour votre indéfectible soutien!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Frank Hennessey'.

Frank Hennessey, chef de la direction

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Julie Denton'.

Julie Denton, cheffe des ressources humaines

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ken Grondin'.

Ken Grondin, chef de la direction financière

À PROPOS DU PRÉSENT RAPPORT

Voici le premier rapport sur la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) de Recipe. Il présente le parcours de l'entreprise à ce chapitre en mettant en valeur sur quoi nous souhaitons avoir de l'impact d'ici 2025 : les gens, la nourriture et la planète.

Pour déterminer les thèmes du présent rapport, Recipe a entrepris des recherches externes, a sollicité les commentaires des principaux intervenants et membres de la direction et a tiré parti de l'expertise de son comité directeur en matière de RSE. Les paramètres de divulgation du Sustainability Accounting Standards Board (SASB) du secteur de la restauration (nourriture et boissons) ont été des critères importants pour mesurer nos résultats. Un tableau récapitulatif de ces derniers par rapport aux paramètres est fourni en annexe. Celle-ci présente également plusieurs mesures supplémentaires concernant deux piliers – les gens et la planète – que nous surveillons constamment et que nous estimons importantes pour nos activités.

Les renseignements du présent rapport reflètent les résultats de Recipe au Canada (où se trouvent 96 % de nos restaurants) en matière de RSE pour l'exercice financier qui s'est achevé le 27 décembre 2020*. Ce rapport a mis l'accent sur les restaurants corporatifs et les restaurants franchisés pour lesquels des données étaient disponibles. Sauf indication contraire, nous avons exclu des résultats nos 46 coentreprises ainsi que toutes celles situées aux États-Unis ou à l'étranger. Toutes les données financières sont présentées en dollars canadiens. À l'avenir, nous publierons le rapport sur la RSE chaque année dans la foulée de notre exercice financier.

Les renseignements contenus dans le présent rapport ne reposent pas uniquement sur des sources externes.

Nous valorisons les commentaires de tous nos intervenants. Veuillez nous adresser toute question sur le rapport à l'adresse CSR@recipeunlimited.com.

* Le présent rapport inclut la marque Milestones, qui a fait partie de Recipe jusqu'à fin 2020. Le 24 juin 2021, Recipe a annoncé la signature d'une entente visant à vendre Milestones, une transaction qui serait conclue dans les 60 jours.



À PROPOS DE RECIPE

La Société Recettes Illimitées (TSX : RECP) est la plus grande entreprise de restauration offrant une gamme complète de services au Canada. Fondée en 1883 sous le nom de Canada Railway News Company, puis renommée Entreprises Cara, pendant 137 ans, la société a nourri les Canadiens et les a aidés à profiter de la vie en dégustant de délicieux plats.

Recipe offre des franchises et exploite certaines des marques les plus reconnues au pays, dont Swiss Chalet, Harvey's, Les Rôtisseries St-Hubert, The Keg, Montana's, Kelseys, East Side Mario's, New York Fries, Prime Pubs, Bier Markt, Landing, Original Joe's, State & Main, Elephant & Castle, The Burger's Priest, The Pickle Barrel, Marigolds & Onions, Fresh, Ultimate Kitchens et 1909 Taverne Moderne.

Nos 25 marques emblématiques et 1 341 restaurants* proposent divers menus et styles culinaires qui satisfont tout l'éventail de préférences et d'habitudes alimentaires.

Les activités de Recipe se répartissent en quatre segments commerciaux : restaurants corporatifs, restaurants franchisés, détaillants et traiteurs et opérations centrales. Nous exploitons nos restaurants dans 11 pays : Canada, États-Unis, Bahrain, Chine, Inde, Macao, Oman, Panama, Qatar, Arabie saoudite et Émirats arabes unis (EAU).

Au Canada, qui accueille 96 % de nos restaurants d'un bout à l'autre du pays, nous affichons une forte présence régionale et des sièges sociaux dans les plus grands centres d'affaires, dont Montréal, Toronto, Calgary et Vancouver.

* Nombre de restaurants au 27 décembre 2020.

Cheffe des ressources humaines

**1 341 RESTAURANTS DANS
11 PAYS**

**210 RESTAURANTS
CORPORATIFS**

**1 085 RESTAURANTS
FRANCHISÉS**

46 COENTREPRISES

**CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL DU GROUPE
2 424,7 MILLIONS
DE DOLLARS**

NOS MARQUES

**REVENU BRUT TOTAL
864,6 MILLIONS
DE DOLLARS**

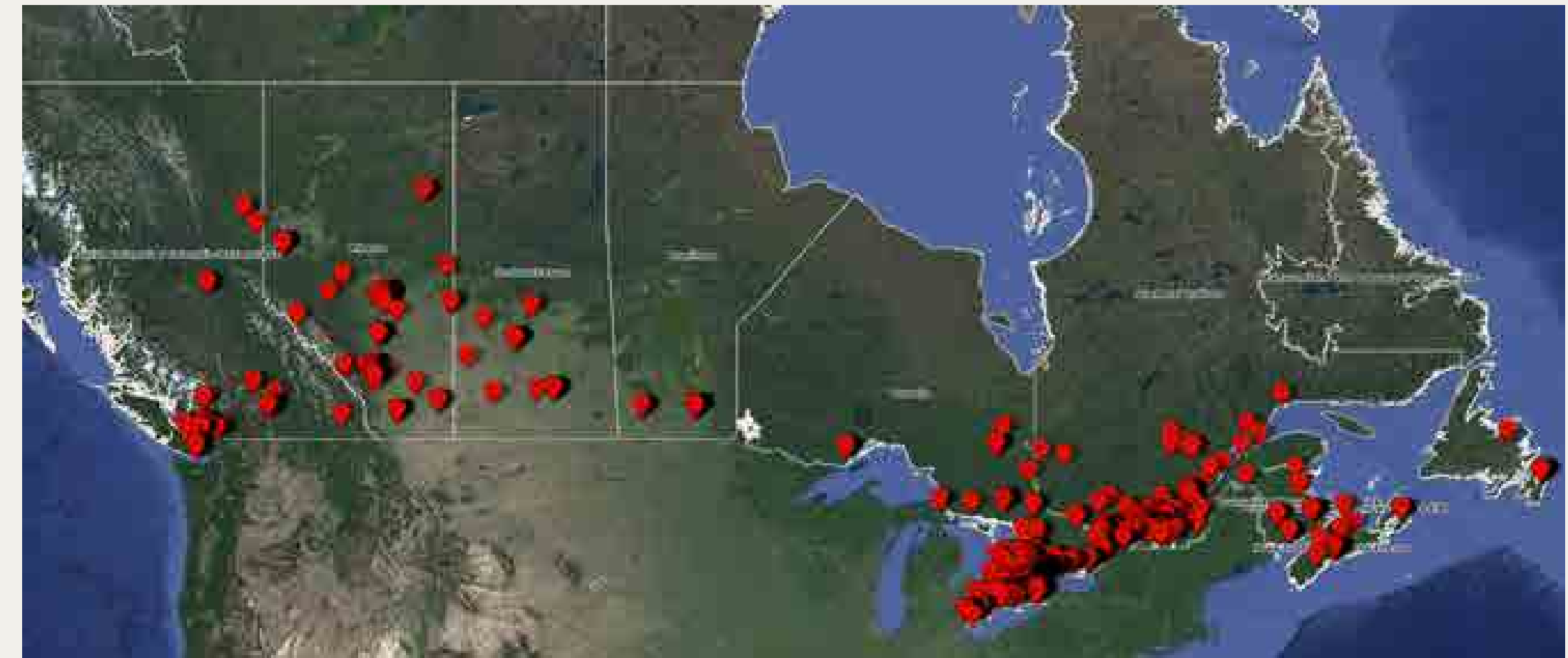
**RESTAURANTS AU CANADA
1 290 (96 %)**

**NOMBRE D'EMPLOYÉS
CORPORATIFS
8 889***

**ANNÉES D'OPÉRATION
137**

L'ANNÉE 2020 EN UN CLIN D'ŒIL

AU CANADA





“ Au cœur de nos activités, nos valeurs incarnent notre vision et notre mission. Elles unissent tous les employés de Recipe au sein d'une même grande équipe, tout en soutenant l'individualité de chacune de nos marques.

JULIE DENTON
Cheffe des ressources humaines



NOTRE VISION, NOTRE CULTURE ET NOS VALEURS

En tant qu'entreprise qui connaît une forte croissance tant interne que par l'entremise d'acquisitions et qui compte 25 marques et des centaines de restaurants, nous savons qu'il est crucial de créer une culture axée sur des valeurs, qui inspire et unit les gens pour assurer la réussite continue de Recipe.

Pour ce faire, en 2019, nous avons recruté plus de **150 employés dans les sièges sociaux et les restaurants de toutes nos marques afin de contribuer à définir un ensemble de valeurs culturelles communes auxquelles Recipe attache la plus haute importance.** Les employés ont participé en personne à des groupes de discussion ou ont répondu à de brefs sondages pour fournir leurs commentaires. Toutes les rétroactions des participants ont été utilisées pour établir les cinq valeurs culturelles fondamentales et les comportements souhaités de Recipe qui nous permettent, ensemble et individuellement, de donner le meilleur de nous-mêmes.

Depuis lors, nous avons **intégré nos valeurs fondamentales dans les processus et activités clés du personnel :**

GESTION DU RENDEMENT

Les examens semestriels et annuels incluent une évaluation du rendement des employés en fonction des valeurs. En 2021, ces derniers pourront également inviter leurs pairs à formuler des commentaires sur leur travail et la manière dont ils ont « vécu » les valeurs dans le cadre du processus de gestion du rendement.

RECONNAISSANCE ET RÉTROACTION DES EMPLOYÉS

Les employés peuvent reconnaître la manière dont leurs pairs ont « vécu » nos valeurs et les en féliciter par des commentaires sur les « cartes de félicitations des collègues ».

PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Les questions des guides d'entrevue portent spécifiquement sur les comportements liés à nos valeurs.

En 2020, nous nous sommes fortement appuyés sur ces dernières pour asseoir notre stabilité et éclairer nos décisions au gré des changements et de l'incertitude causés par la pandémie de COVID-19.

NOTRE VISION

OFFRIR DES EXPÉRIENCES CULINAIRES EXCEPTIONNELLES ET CONTINUER D'ÊTRE UN FRANCHISEUR DE CHOIX AU CANADA ET À L'ÉTRANGER.

NOS VALEURS

NOTRE VISION, NOTRE CULTURE ET NOS VALEURS



En tant que citoyens du monde, nous agissons avec intégrité et ferons **CE QUI EST JUSTE** pour nos employés, nos collectivités et la planète.



Qu'il s'agisse de nos pratiques, de notre attitude, de notre succès ou de nos échecs, que nous y participions seuls ou en équipe, notre travail est notre **RESPONSABILITÉ.**



Nous faisons preuve d'une **CURIOSITÉ** insatiable et cherchons sans cesse de nouvelles façons d'évoluer et d'améliorer l'expérience de notre équipe, de nos clients, de nos restaurants franchisés et de nos actionnaires.



Les **GENS** sont au cœur de notre entreprise. Nous soutenons et mettons en avant notre diversité, notre expérience et nos idées.



Nous sommes **PASSIONNÉS** et déterminés à offrir des expériences inoubliables dans nos restaurants et dans les bureaux qui veillent à notre réussite.

NOTRE VISION EN MATIÈRE DE RSE

NOUS FAISONS CE QUI EST JUSTE POUR NOS EMPLOYÉS, NOS COLLECTIVITÉS ET LA PLANÈTE EN MENANT DES NOS ACTIVITÉS DE FAÇON DURABLE ET EN OFFRANT DES EXPÉRIENCES CULINAIRES EXTRAORDINAIRES.

Nous réaliserons notre vision en matière de RSE en nous appuyant sur cinq piliers clés :

GENS

- Talent et mobilisation des employés
- Diversité, équité et inclusion
- Avantages sociaux et rémunération
- Mieux-être des employés
- Engagement communautaire et philanthropie

NOURRITURE

- Sources d'approvisionnement durables
- Salubrité alimentaire
- Choix et nutrition
- Marketing responsable
- Récupération de nourriture

PLANÈTE

- Conception et construction écologiques : gestion de l'énergie et de l'eau, réduction des émissions de GES
- Emballages durables
- Gestion des déchets

GOUVERNANCE ET ÉCONOMIE

- Stratégie, politiques et processus
- Croissance durable
- Paramètres et rapports transparents

ÉTHIQUE ET DROIT

- Éthique et droits de la personne
- Conformité juridique et réglementaire

CADRE STRATÉGIQUE DE RSE

GOVERNANCE EN MATIÈRE DE RSE

Notre approche de gouvernance en matière de RSE offre des fondations solides qui permettent de prendre des décisions, d'obtenir des connaissances interfonctionnelles, d'avoir une certaine visibilité concernant nos résultats en matière de RSE et de rendre des comptes à leur égard. Elle fait en sorte que les ressources peuvent soutenir efficacement plusieurs de nos priorités liées aux gens, à la nourriture et à la planète.

Le groupe de travail sur la RSE de Recipe compte 11 membres, qui représentent les principaux secteurs fonctionnels et domaines d'expertise de l'entreprise. Ce groupe cerne, oriente et aide à mettre en œuvre les principales priorités des piliers de la RSE, à savoir les gens, la nourriture et la planète.

Le groupe se réunit habituellement chaque semaine pour évaluer les progrès, repérer les problèmes et les risques, discuter des interdépendances et préparer des documents qui étayeront les mises à jour et les discussions trimestrielles à venir avec le comité directeur en matière de RSE (comité directeur RSE) et d'autres cadres supérieurs.

Le comité directeur RSE est composé du chef de la direction et des équipes de direction et de haute direction de Recipe, qui représentent les marques et les fonctions à services partagés. Il définit la vision en matière de RSE, fournit une orientation stratégique, approuve les budgets pour les priorités liées à la RSE et tient compte des risques et des problèmes qui lui sont communiqués. Certains membres du comité directeur RSE communiquent également des mises à jour sur les priorités et les progrès en matière de RSE au comité de gouvernance, de rémunération et des candidatures et, le cas échéant, recueillent des rétroactions.

Le rapport d'étape trimestriel du chef de la direction tient le conseil d'administration de Recipe informé des priorités et des progrès en matière de RSE. Il incombe au conseil d'administration de surveiller la responsabilité sociale, l'intégrité et l'éthique de l'entreprise.

À l'avenir, nous continuerons à communiquer régulièrement nos initiatives et nos résultats en matière de RSE par l'entremise de notre structure de gouvernance interne de la RSE, des rapports annuels ainsi que des mises à jour offertes sur nos réseaux sociaux et notre site Web.



CONSEIL D'ADMINISTRATION DE RECIPE

COMITÉ DE GOUVERNANCE, DE RÉMUNÉRATION ET DES CANDIDATURES

Mark Saunders, président

COMITÉ DIRECTEUR EN MATIÈRE DE RSE

Frank Hennessey, chef de la direction

Julie Denton, cheffe des ressources humaines (cadre responsable de la RSE)

Peter Vale, vice-président principal, Approvisionnement stratégique (cadre responsable de la RSE)

David Colebrook, président, Harvey's et New York Fries

David Blumberger, avocat général et vice-président du service juridique

Ken Grondin, chef de la direction financière

Mark Eaton, directeur général du développement

Derek Doke, président, Franworks

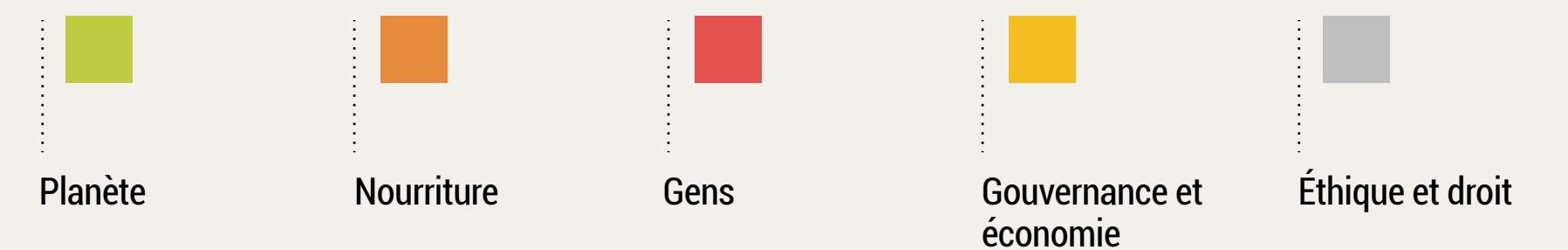
Nick Dean, président, Keg Restaurants

Gary Black, chef, stratégie numérique

MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL SUR LA RSE ET DOMAINES D'INTÉRÊT

<input type="checkbox"/>	Responsable du comité	Gina da Costa , directrice principale, Approvisionnement stratégique
<input checked="" type="checkbox"/>	Emballages durables	Jenny Chen , directrice, Approvisionnement stratégique
<input checked="" type="checkbox"/>	Conception et construction	Paulo Ferreira , vice-président, Conception et construction Sam Ireland , directeur, Gestion des fournisseurs et conception
<input checked="" type="checkbox"/>	Sources alimentaires durables; gestion des déchets	Adam Brown , directeur, Approvisionnement stratégique
<input checked="" type="checkbox"/>	Salubrité alimentaire; choix et nutrition	Christine Mulcahy , directrice principale, Salubrité et qualité des aliments, Assurance et affaires réglementaires
<input checked="" type="checkbox"/>	Talent et mobilisation des employés	Rachel Wong , directrice principale, Récompenses totales Stephanie Roche , directrice principale, Apprentissage et perfectionnement
<input checked="" type="checkbox"/>	Engagement communautaire et philanthropie	Josée Vaillancourt , directrice, Communications et Fondation St-Hubert Shalin Shah , gestionnaire principale, Marketing, Harvey's
<input checked="" type="checkbox"/>	Gouvernance et économie; éthique et droit	Winnie Minos , directrice, Rapports financiers

GOUVERNANCE EN MATIÈRE DE RSE





PAUL RIVETT

Président du conseil d'administration de Recipe

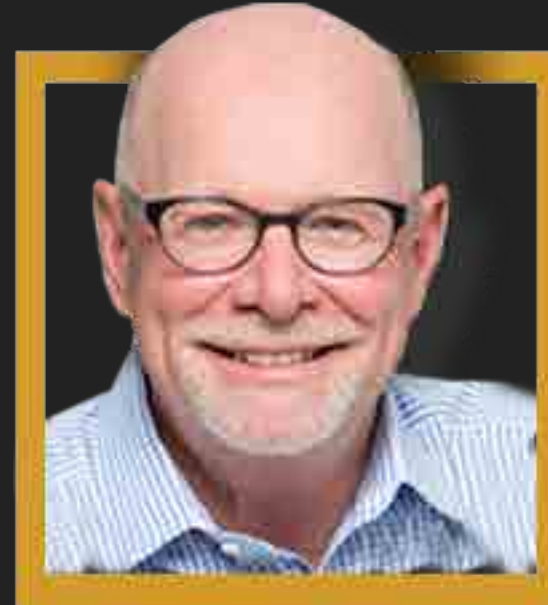
Administrateur depuis : 31 décembre 2019



MARK SAUNDERS

Président du comité de gouvernance, de rémunération et des candidatures de Recipe

Administrateur depuis : 1^{er} janvier 2021



STEPHEN GUNN

Président du comité de vérification de Recipe

Administrateur depuis : 26 mars 2013



DAVID AISENSTAT

Vice-président du conseil d'administration de Recipe

Administrateur depuis : 11 mai 2018



KIM BAIRD

Administratrice depuis : 7 mai 2021



CHRISTY CLARK

Administratrice depuis : 11 mai 2018



CHRISTOPHER D. HODGSON

Administrateur depuis : 10 avril 2015



SEAN REGAN

Administrateur depuis : 10 avril 2015

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration a pour mandat d'assurer la gouvernance et la gestion de Recipe et de ses activités. Pour ce faire, il a adopté une charte écrite qui énonce sa responsabilité à l'égard, entre autres choses, de la surveillance de la responsabilité sociale, de l'intégrité et de l'éthique de l'entreprise. Pour l'aider à s'acquitter efficacement de son mandat, le chef de la direction tient le conseil d'administration de Recipe informé des priorités et des progrès en matière de RSE par l'entremise d'un rapport d'étape trimestriel permanent.

Le conseil d'administration de Recipe estime que le fait de disposer d'un comité et d'une équipe de haute direction diversifiés renforce la diversité de pensée et offre des perspectives élargies qui contribuent à améliorer ses résultats et ceux des cadres supérieurs. Le comité de gouvernance, de rémunération et des candidatures de l'entreprise présente les candidats au poste de directeur au conseil d'administration et, de temps à autre, des candidats à des postes de cadres supérieurs. Il s'assure que les candidats possèdent les compétences et l'expérience nécessaires pour renforcer l'équipe du conseil d'administration et la haute direction en vue d'accroître la diversité au sein de Recipe.

Pour de plus amples renseignements sur les pratiques et les lignes directrices de gouvernance de la société Recipe, ainsi que sur la composition du conseil d'administration et du comité, veuillez consulter la circulaire d'information de la direction de l'entreprise, accessible à l'adresse www.sedar.com.

Le conseil d'administration de Recipe doit compter huit directeurs, dont la majorité (sept) est considérée comme étant indépendante au regard des lois canadiennes sur les valeurs mobilières.

“ Je suis ravi d’avoir rejoint les rangs du conseil d’administration de Recipe au moment où l’entreprise franchit cette nouvelle étape enthousiasmante de son cheminement vers la durabilité et j’ai hâte de défendre sa vision en matière de RSE, ainsi que les engagements importants qu’elle souhaite tenir d’ici 2025 concernant les gens, la nourriture et la planète. ~ MARK SAUNDERS ”

Recipe est déterminée à assurer une gestion de la gouvernance saine et transparente. Les politiques et les pratiques de gouvernance de notre société sont régulièrement examinées par le conseil d'administration de Recipe et mises à jour, s'il y a lieu, pour assurer le respect de toutes les règles en vigueur.

En accord avec notre engagement, nous avons mis en place plusieurs codes et politiques clés qui établissent clairement les attentes pour tous les intervenants quant à notre façon de mener nos activités.

CODES ET POLITIQUES CLÉS DE RECIPE

Chaque année, les dirigeants, les administrateurs et les employés de Recipe sont invités à vérifier et à confirmer qu'ils respectent les politiques et le code suivants :



LA POLITIQUE SUR LE RESPECT SUR LES LIEUX DE TRAVAIL

qui oriente les comportements et les actions des employés salariés et rémunérés à l'heure de la société, les uns envers les autres, à l'égard de nos clients et de nos partenaires. Recipe s'engage à offrir un lieu de travail qu'elle veut inclusif et équitable, qui se réjouit de la diversité et qui est exempt de harcèlement, de discrimination, de violence, d'intimidation (y compris la cyberintimidation) ou d'abus.



LA POLITIQUE SUR LE DÉLIT D'INITIÉ

qui rappelle aux dirigeants, aux administrateurs et aux employés salariés de la société qu'il leur incombe de préserver la confidentialité de l'information interne liée à Recipe et les circonstances dans lesquelles ils ne doivent pas s'échanger de valeurs mobilières de l'entreprise. Cette politique a également pour but de les informer que les mêmes principes s'appliquent en ce qui concerne l'ensemble des titres cotés.



LA POLITIQUE SUR LA DÉNONCIATION

qui présente aux dirigeants, administrateurs et employés salariés ou rémunérés à l'heure de l'entreprise de parfaits exemples des situations dans lesquelles utiliser la politique, ainsi que les principales personnes-ressources à contacter et procédures à suivre s'ils souhaitent soulever, de bonne foi, des préoccupations sérieuses concernant une inconduite d'autres employés de Recipe.



LE CODE DE CONDUITE

qui énonce les principes visant à s'assurer que dirigeants, les administrateurs et les employés salariés ou rémunérés à l'heure de Recipe adoptent un comportement honnête et éthique dans toutes les activités menées pour le compte de la société ou lorsqu'ils la représentent.



LA POLITIQUE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

qui énonce les exigences et les attentes de Recipe à l'égard de ses employés salariés et rémunérés à l'heure lorsqu'ils utilisent les médias sociaux à des fins professionnelles ou personnelles.

GOVERNANCE ET ÉTHIQUE



“ Tout au long de nos 137 ans d’existence, la réussite de Recipe a été ancrée dans l’intégrité personnelle et professionnelle de nos dirigeants et de nos employés. Les codes et politiques de l’entreprise établissent clairement les attentes quant à notre manière de faire des affaires, alors que nos valeurs culturelles, en particulier « faire ce qui est juste » et « être responsable », continuent de nous rappeler d’agir avec intégrité et éthique.

KEN GRONDIN
Chef de la direction financière



LIGNE TÉLÉPHONIQUE SUR L'ÉTHIQUE

La réussite continue de Recipe repose sur un comportement éthique à tous les niveaux de l'entreprise. Recipe est déterminée à se conformer à l'ensemble des lois et règlements en vigueur auxquels elle est assujettie et à protéger les associés, les fonds, les actifs et les ressources s'il y a lieu.

Chaque année, on rappelle aux dirigeants, aux administrateurs et aux employés de Recipe qu'ils sont tenus de signaler tout comportement observé susceptible, selon eux, d'être illégal ou de constituer une atteinte au code de conduite ou un non-respect de la politique de l'entreprise. En cas de doute quant à la meilleure marche à suivre dans une situation particulière, ils sont également encouragés à signaler le comportement.

En plus d'exposer un problème à leur gestionnaire ou à leur responsable hiérarchique, les employés peuvent également communiquer avec le service juridique de Recipe ou utiliser la ligne téléphonique indépendante sur l'éthique pour obtenir des conseils supplémentaires.

Les gens sont au cœur de Recipe : les employés de notre siège social et de nos restaurants, nos franchisés et nos clients. La pandémie de COVID-19 n'a laissé aucun doute quant au rôle essentiel que jouent les gens dans la réussite de notre entreprise, particulièrement les employés qui sont en première ligne depuis mars 2020.

FAITS SAILLANTS 2020

- Offre **d'avantages sociaux** (p. ex. PAE, jours de congé de maladie rémunérés et journées de mieux-être personnel) et versement de **1 047 million de dollars en primes de remerciement** aux employés rémunérés à l'heure et à temps partiel des restaurants de l'entreprise partout au Canada.
- Versement de plus de **40 millions de dollars d'aide financière directe à plus de 800 partenaires franchisés***, en plus de la création d'un portail de ressources sur la COVID-19 pour offrir de l'information sur les lois, les programmes d'aide gouvernementaux et les protocoles de sécurité.
- Lancement de l'**université Recipe**, qui a accueilli plus de **19 000 employés-étudiants** par l'entremise des plateformes de perfectionnement des cadres (**RU Leading**) et d'apprentissage ludique (**RU Game**).
- Introduction d'un **programme de certification commerciale** mettant l'accent sur la formation en vue d'une réouverture et d'une exploitation sécuritaires des restaurants avec des protocoles de sécurité renforcés.
- Distribution de **158 543 repas, 100 000 hamburgers** et **2 000 tourtières au poulet** dans toutes nos collectivités pour une valeur de plus de **2,28 millions de dollars**.

* Après que Recipe a annoncé ses programmes de soutien aux restaurants franchisés, cette aide a en partie été réduite en fonction des avantages reçus par ces derniers au titre des programmes d'aide gouvernementale.

GENS





Je suis incroyablement fière de la résilience, la passion et la camaraderie dont nos employés, nos franchisés et nos dirigeants ont fait preuve cette dernière année. Cela souligne l'importance d'attirer les bonnes personnes, de les aider à s'épanouir et à se perfectionner en respectant les valeurs de Recipe, tout en restant déterminés à réussir tous ensemble.

JULIE DENTON
Cheffe des ressources humaines



TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS

Comme dans bien d'autres parties du monde, le secteur de la restauration au Canada a été sévèrement touché par la pandémie de COVID-19. Au début de mars 2020, notre entreprise s'est heurtée à plusieurs difficultés et perturbations en raison de confinements continuels, de fermetures et des nouveaux protocoles de santé et de sécurité imposés par la loi. Sans surprise, nos façons de travailler et nos employés, aussi bien ceux des sièges sociaux que ceux de première ligne dans les restaurants, ont été touchés par la pandémie.

Cette année, nous nous sommes fortement appuyés sur nos valeurs organisationnelles pour orienter et étayer nos actions tout en essayant de nous y retrouver parmi les nouvelles lois et de surmonter les moments d'incertitude qui règnent partout au Canada.

En outre, malgré la pandémie, nous avons continué sur la lancée des 18 mois précédents et avons travaillé à améliorer ou à rendre compatible avec les systèmes plusieurs processus et programmes clés liés aux employés, notamment le recrutement, l'apprentissage et le perfectionnement, la gestion du rendement et de la relève et les récompenses. Nous reconnaissons que ce sont ces mécanismes de soutien, combinés à notre culture et à nos valeurs uniques, qui permettent à Recipe d'attirer ses employés, de les aider à se perfectionner et de renforcer leur autonomie afin qu'ils donnent le meilleur d'eux-mêmes.



TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS

RECRUTEMENT

En 2020, nous avons lancé le portail d'emploi de Recipe appelé **Café emplois**, un lieu où les employés peuvent consulter les postes proposés dans les sièges sociaux et les bureaux et y postuler avant qu'ils soient pourvus par des recrutements externes. Le Café emplois aide nos employés à mieux comprendre les divers parcours professionnels et les occasions de perfectionnement qui s'offrent à eux au sein de Recipe. Dans les mois à venir, nous élargirons l'accès au Café emplois à l'ensemble du réseau de restaurants franchisés.

Le **Programme de la communauté universitaire Recipe** continue de réunir des étudiants de plusieurs établissements postsecondaires de tout l'Ontario dans notre siège social et à des fonctions à services partagés. En quatre mois, les étudiants participants acquièrent une expérience pratique précieuse dans quatre domaines opérationnels essentiels ou en offrant leur soutien à des initiatives particulières de Recipe.

Nous reconnaissons l'importance d'offrir une expérience d'intégration harmonieuse et accueillante. Pour ce faire, nous renforçons notre programme d'intégration par l'entremise du **Salon d'intégration de Recipe**, qui se voudra un « lieu incontournable » pour les nouvelles recrues souhaitant obtenir de l'information et des liens vers des sources d'information nécessaires tout au long de leurs trois premiers mois parmi nous. Le Salon offrira aussi des vidéos d'accueil des dirigeants, un aperçu et une mise à l'honneur des valeurs de Recipe, des vidéos sur nos marques et une visite virtuelle des bureaux.

Recipe élabore également le **programme « Rockstar » de Recipe**, un programme interne de rotation des postes. Il identifie les employés talentueux (des restaurants) et les affecte à des tâches au siège social, où ils peuvent acquérir de nouvelles compétences, consolider les relations interfonctionnelles et élargir leur parcours professionnel chez Recipe.



APPRENTISSAGE ET DÉVELOPPEMENT

Chez Recipe, le programme d'apprentissage et de développement (L&D) vise à exploiter le plein potentiel des dirigeants et des employés de notre siège social, des employés des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés. Notre objectif premier est d'élaborer une expérience d'apprentissage mixte inclusive, interactive et enthousiasmante, tout en mettant l'accent sur une formation axée sur la conformité propre aux différentes marques, ainsi que sur les compétences de leadership.

Depuis le lancement de l'université Recipe (RU ou Recipe University) en 2019, nous avons élargi notre offre en matière d'apprentissage et de développement en insistant sur trois programmes clés :

FORMATION EN LIGNE À L'UNIVERSITÉ RECIPE (PLATEFORME D'APPRENTISSAGE WEB)

Une plateforme compatible avec les téléphones mobiles qui permet de se former de façon personnalisée et ludique par l'entremise d'une myriade de formations courtes et fréquentes pour renforcer les connaissances et améliorer les comportements dans le but d'avoir un impact sur les résultats de l'entreprise. La formation, qui s'adresse aux employés des bureaux et des restaurants franchisés, porte à la fois sur la conformité et sur des sujets propres aux marques. Plus de 19 000 employés-étudiants y participent par l'entremise de la plateforme de formation de l'université Recipe (RU Game).

Notre plateforme d'apprentissage en ligne fournit également aux gestionnaires des rapports qui donnent un aperçu de la progression des employés-étudiants. Cela réduit le temps consacré à l'administration et au suivi des formations et permet aux gestionnaires de se concentrer sur les domaines importants liés aux occasions de perfectionnement et d'encadrement.

TRANSFORMATION DE L'UNIVERSITÉ RECIPE (GESTION DU CHANGEMENT)

Un programme d'apprentissage simplifié qui met l'accent sur la gestion du changement organisationnel en vue de soutenir les initiatives mises en œuvre par Recipe, notamment les présentations du nouveau système.

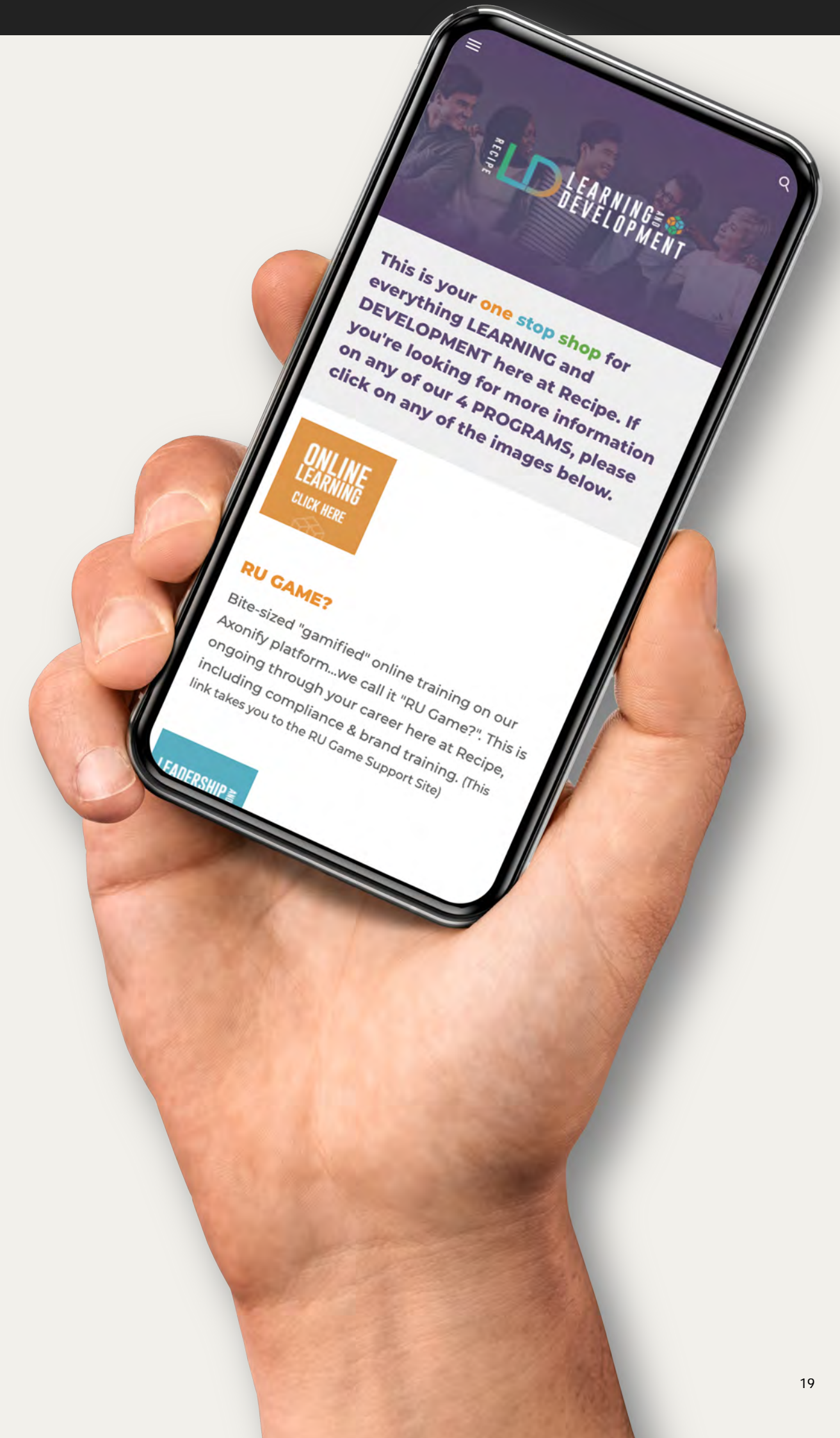
Cette méthode de gestion du changement de la transformation contribue à mener à bien des projets hautement efficaces et appuie l'adoption de nouveaux systèmes dotés de ressources, d'outils de formation et de cadres pour aider nos équipes à faire en sorte que les employés de notre siège social et de nos restaurants vivent le changement de façon positive.

CADRES DE L'UNIVERSITÉ RECIPE (PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL)

Nous offrons des expériences variées d'apprentissage, notamment virtuel, en classe, en salle de classe Google ou indépendant, qui appuie une approche d'apprentissage mixte visant à répondre aux besoins des employés-étudiants.

La plateforme de perfectionnement des cadres, lancée en avril 2021, offre plus de 33 cours couvrant 5 programmes clés : le perfectionnement des employés, l'expérience offerte aux clients, les notions commerciales fondamentales, les plateformes et systèmes technologiques, les exigences législatives. Tous les cours comprennent des documents de soutien pour favoriser l'apprentissage continu et renforcer les programmes actuels de leadership et de formation des marques pour le siège social, les directeurs généraux de l'entreprise et les restaurants franchisés.

TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS



GESTION DU RENDEMENT

En plus d'avoir élargi ses programmes d'apprentissage et de développement, Recipe a vrécemment amélioré son approche et ses outils de gestion du rendement et de la relève. Ces processus essentiels ont été remaniés pour nous permettre d'évaluer les employés, de les aider à se perfectionner et de souligner leurs contributions plus efficacement.



TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS

Notre nouvelle approche de gestion du rendement a été conçue pour cibler trois catégories d'employés :



DIRIGEANTS

Directeurs et postes de niveau supérieur



GESTIONNAIRES

Y compris les gérants de restaurant, les gestionnaires du développement et les gestionnaires des ressources humaines



CONTRIBUTEURS INDIVIDUELS

Employés qui ne sont pas responsables d'autres employés

Les employés travaillent avec leurs gestionnaires pour définir les objectifs à court ou à long terme, élaborer des plans de perfectionnement et discuter des progrès par l'entremise d'entrevues individuelles régulières. Au-delà des conseils offerts par les gestionnaires, les employés peuvent également recevoir une rétroaction fondée sur les valeurs de l'entreprise et une reconnaissance de leurs pairs. Le rendement des employés est évalué par rapport aux objectifs commerciaux et personnels pertinents, aux valeurs de Recipe et aux compétences propres au rôle.



TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS

En 2019, nous avons instauré et amélioré un processus de planification de la relève, **La recette de notre succès**, qui est mis en œuvre chaque semestre et vise à mieux définir le rendement et le potentiel des employés par rapport à un cadre comportant neuf catégories.

Chez Recipe, la gestion du rendement et de la relève est désormais compatible avec notre réseau grâce au système d'information sur les ressources humaines (SIRH), qui permet d'obtenir des données concernant des conversations en cours sur le rendement, des notations et des rapports en temps réel. Les dirigeants, les gestionnaires et les contributeurs individuels de Recipe ont reçu une formation propre à leur rôle, des vidéos d'accompagnement pas à pas et des appuis professionnels pour leur permettre de s'adapter efficacement à nos nouveaux processus et outils de gestion du rendement et de la relève.

En 2020, la totalité des employés du siège social et des employés salariés de l'entreprise a pris part au nouveau processus de gestion du rendement et nous avons eu des conversations sur la relève et le perfectionnement pour tous nos employés, des gérants adjoints de restaurants à l'équipe de direction.

MOBILISATION DES EMPLOYÉS

Nous savons que des employés déterminés se présentent au travail avec enthousiasme, sens du devoir et dynamisme pour atteindre leurs objectifs. Ces 18 derniers mois, nous avons amélioré plusieurs processus et programmes clés et défini la culture et les valeurs qui nous unissent à nos marques au sein d'une même équipe et qui orientent notre façon d'accomplir la mission et la vision de Recipe.

En 2019, nous avons recruté plus de 150 employés dans les sièges sociaux et les restaurants de toutes nos marques afin de définir un ensemble de valeurs culturelles communes auxquelles Recipe attache la plus haute importance. Les employés ont participé en personne à des groupes de discussion ou ont répondu à un bref sondage pour fournir leurs commentaires. Une analyse de la thématique et de la fréquence de plus de 500 comportements et caractéristiques communs aux employés nous ont enfin permis de définir les cinq valeurs culturelles fondamentales et les comportements souhaités qui, selon nos employés, sont plus importants.

En 2019 également, Recipe a mené un sondage sur la mobilisation des employés auprès de 325 employés du siège social pour recueillir des commentaires préliminaires sur le travail d'équipe, les récompenses et la reconnaissance, l'apprentissage et le développement, le leadership ou la direction, la communication ainsi que sur les principales possibilités d'amélioration. Cette rétroaction nous a aidés à peaufiner nos priorités opérationnelles ainsi que celles en matière de ressources humaines pour 2019-2020.

Nous envisageons de lancer notre prochain sondage sur la mobilisation en août 2021 et de participer au sondage de Great Place to Work® Canada (sur l'excellence du milieu de travail), à l'automne 2021.

Le fait de communiquer régulièrement avec nos employés joue un rôle essentiel pour faire en sorte que ceux-ci restent mobilisés et informés de ce qui se passe au sein de Recipe et dans toute l'industrie. Chaque mois, les employés sont invités à participer à au moins une de ces séances d'information importantes :

- une **rencontre employés**, où l'équipe de direction présente de l'information sur les progrès et les accomplissements de Recipe et sur les faits saillants de l'industrie, en plus de mettre à l'honneur le travail des employés;
- une séance **Recipe se connecte**, où les employés peuvent en apprendre davantage sur ce que font nos marques. Chacune de ces séances présente l'une de nos 25 marques;
- des **séances de questions-réponses**, qui sont des conversations organisées régulièrement autour d'une collation et où l'équipe de direction rencontre de petits groupes d'employés pour discuter de sujets importants pour la plupart d'entre eux et obtenir leurs points de vue.

En raison des confinements liés à la pandémie qui a commencé en mars 2020, ces séances ont eu lieu en mode virtuel plutôt qu'en personne.



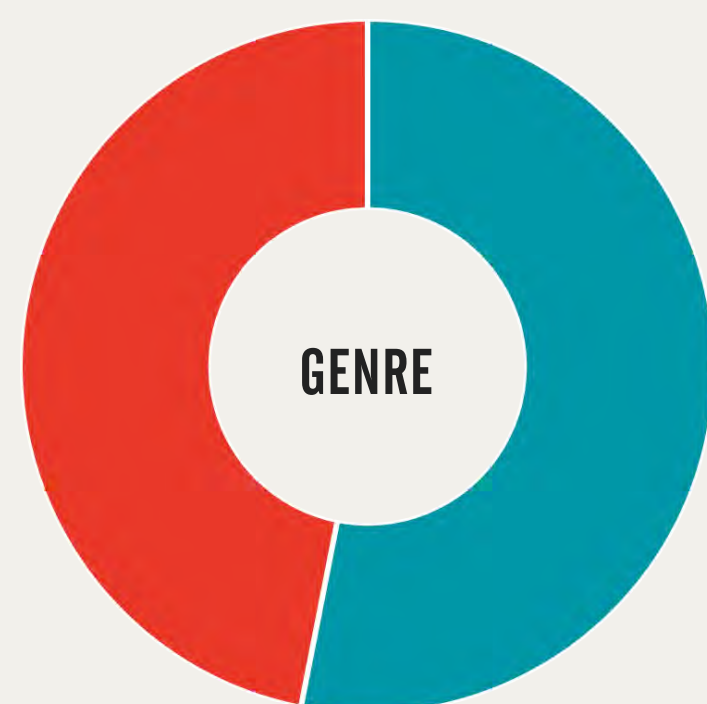
DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

La pandémie de COVID-19, les troubles sociaux et l'inégalité systémique observés en 2020 n'ont fait que renforcer l'importance de deux de nos valeurs : **faire ce qui est juste** et **célébrer les gens**, y compris nos employés, les franchisés et les collectivités.

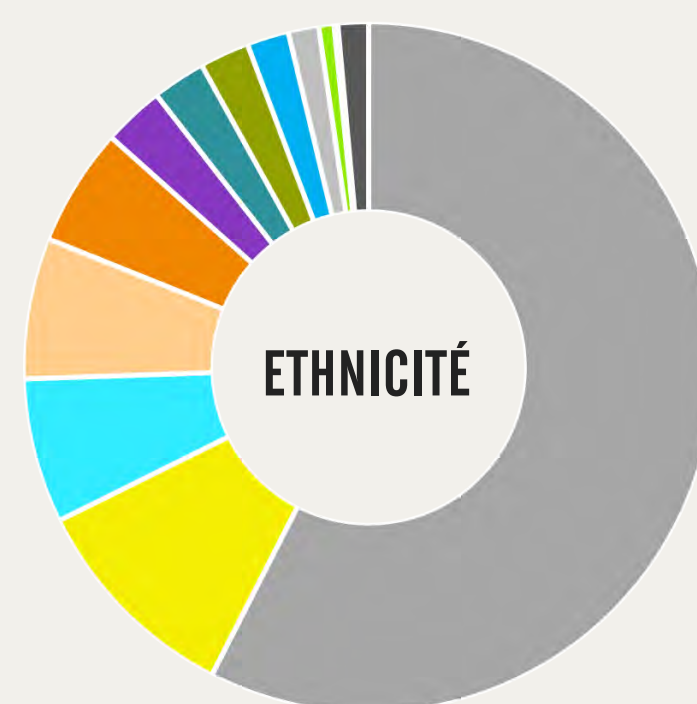
En tant que plus grande entreprise canadienne de restauration offrant une gamme complète de services, il est important pour nous de refléter les collectivités locales et la diversité de la clientèle de nos restaurants, et d'offrir à nos employés des possibilités de perfectionnement et d'épanouissement dans tous les domaines.

Une des étapes importantes de notre parcours en matière de diversité, d'équité et d'inclusion consiste à mieux comprendre la diversité des employés du siège social et des restaurants corporatifs. Pour cela, nous avons récemment invité nos employés à participer à un sondage d'auto-identification ethnique volontaire. Les résultats préliminaires sont présentés ci-dessous.

DIVERSITÉ DES EMPLOYÉS DE RECIPÉ*



Homme 53 %
Femme 47 %



ETHNICITÉ

Blanc (blanche) 58 %
Asiatique – Sud-Est 10 %
Asiatique – Sud 7 %
Asiatique – Est 7 %
Métis(se) 6 %
Noir(e) 3 %
Moyen-oriental(e) 3 %
Autre 2 %
Antillais(e) 2 %
Latino-américain(e) 1 %
Autochtone <1 %
Insulaire du Pacifique <1 %
Préfère ne pas dire 1 %

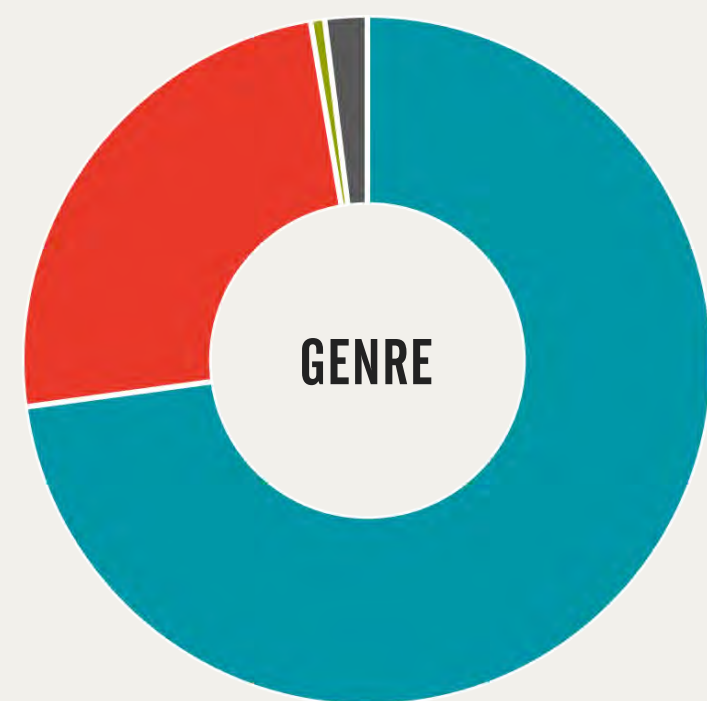
* Recipe peaufine actuellement les dimensions et les définitions de la diversité utilisées aux fins d'auto-identification. Ces changements seront reflétés dans le rapport de RSE de l'an prochain. Les résultats liés au genre datent de décembre 2020 et reflètent les données recueillies pour 5 556 employés de l'entreprise. Les résultats préliminaires en matière d'auto-identification ethnique datent du 9 juillet 2021 et représentent les commentaires de 560 employés. Les résultats en matière d'ethnicité n'incluent pas The Burger's Priest, Fresh, The Keg et Les Rôtisseries St-Hubert.



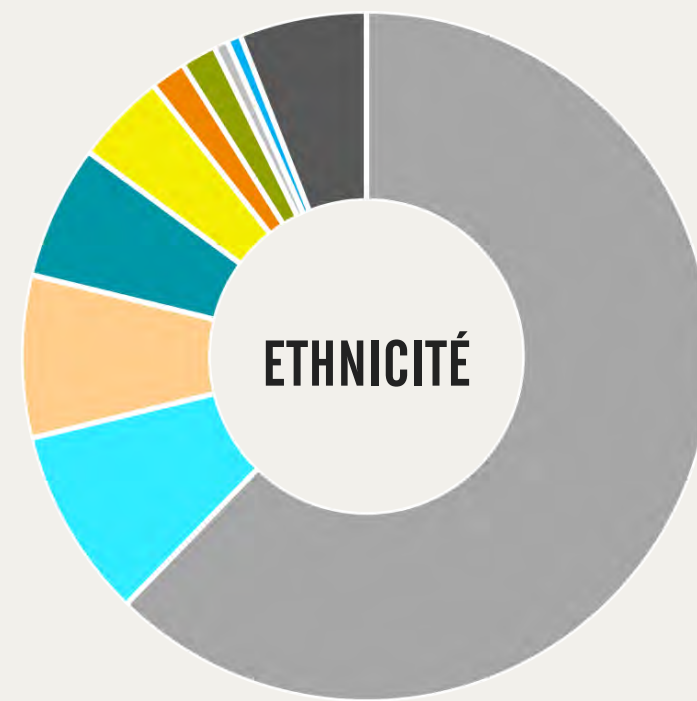
DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

Nous faisons aussi équipe avec les membres de notre réseau de restaurants franchisés canadiens pour mieux en comprendre la diversité et mieux orienter et renforcer les objectifs et la stratégie de Recipe à cet égard, notamment par l'élaboration de programmes visant à attirer des franchises qui reflètent la diversité et à mieux les soutenir.

DIVERSITÉ DES PARTENAIRES FRANCHISÉS DE RECIPE*



Homme **73 %**
Femme **25 %**
Fluidité de genre **<1 %**
Préfère ne pas dire **2 %**



Blanc (blanche) **62 %**
Asiatique – Sud **9 %**
Asiatique – Est **8 %**
Moyen-oriental(e) **6 %**
Asiatique – Sud-Est **4 %**
Métis(se) **2 %**
Autre **2 %**
Latino-américain(e) **<1 %**
Antillais(e) **<1 %**
Préfère ne pas dire **6 %**



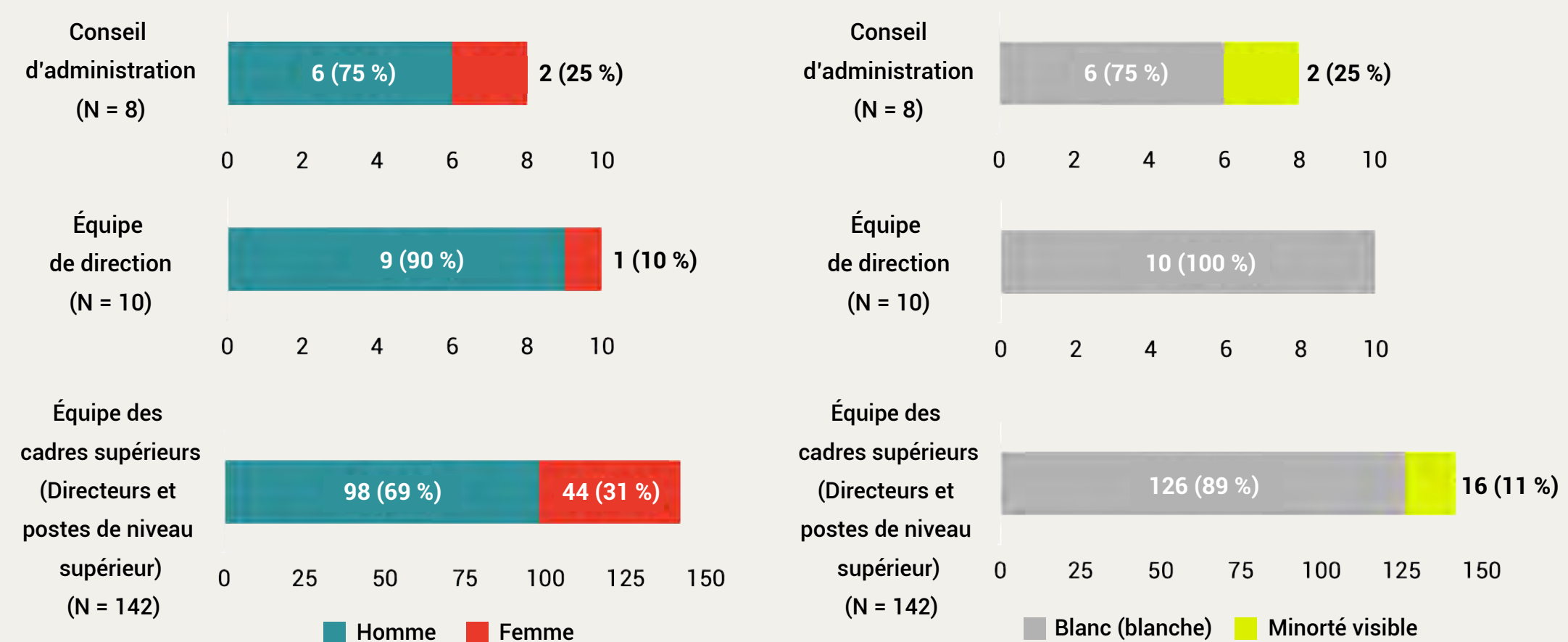
* fondés sur les commentaires de 302 restaurants franchisés, au 30 juin 2021. N'inclut pas The Keg.

DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

En observant la diversité de genre et la diversité ethnique de notre Conseil, de l'équipe de direction, de l'équipe des cadres supérieurs (ECS) et des employés de Recipe, nous reconnaissons qu'il reste fort à faire pour mieux refléter la diversité des collectivités dans lesquelles nous travaillons au Canada.

Nous souhaitons apporter des changements considérables en matière de diversité, d'équité et d'inclusion au sein de l'entreprise grâce à des pratiques d'embauche inclusives, à des formations en la matière et au perfectionnement des personnes talentueuses diversifiées par l'entremise de nos programmes de relève des dirigeants et par la création de groupes d'employés en fonction de leurs affinités.

DIVERSITÉ DES DIRIGEANTS DE RECIPE*



*Recipe peaufine actuellement les dimensions et les définitions de la diversité que nous utilisons aux fins d'auto-identification. Ces changements seront reflétés dans le rapport de RSE de l'an prochain. Les résultats datent de mai 2021.

** En observant ces deux dimensions, 37 % (3/8) des membres du conseil d'administration de Recipe sont issus de groupes de la diversité

NOTRE ENGAGEMENT

• D'ici la fin de **2023**, au moins **40 % des membres du conseil d'administration de Recipe seront issus de groupes de la diversité** (p. ex. les femmes, les personnes autochtones, noires et de couleur, les personnes handicapées, les communautés LGBTQ2+).

• D'ici la fin de **2023**, **40 % des membres de l'ECS et des employés occupant des postes supérieurs à Recipe seront issus de groupes de la diversité** (p. ex. les femmes, les personnes autochtones, noires et de couleur, les personnes handicapées, les communautés LGBTQ2+). Nous nous engageons à accroître cette proportion à **50 % d'ici la fin de 2025**.



DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

PRATIQUES D'EMBAUCHE INCLUSIVES

Dans le cadre de notre engagement en matière de **diversité, d'équité et d'inclusion** et pour encourager une plus grande diversité au sein de Recipe, nous avons lancé **Tous unis chez Recipe**. Une des initiatives clés consiste en un processus de recrutement amélioré dans lequel nous invitons les candidats à remplir un questionnaire facultatif d'auto-identification comportant quatre dimensions : le genre, l'identité ethnique, la race ou l'ethnicité et un possible handicap. Ces renseignements importants nous aident à mieux comprendre les divers groupes de population qui composent nos bassins de candidats et nous indiquent les endroits où nous devrions ouvrir des postes pour accroître la diversité de candidats que nous recherchons.

RENFORCER LA SENSIBILISATION CULTURELLE ET METTRE À L'HONNEUR NOTRE DIVERSITÉ

Depuis le début de 2021, Recipe propose des connexions culturelles sur « SANTÉ et MIEUX-ÊTRE », notre plateforme en ligne sur le mieux-être des employés, pour contribuer à tous nous sensibiliser et nous permettre de mieux comprendre la diversité culturelle dans et en dehors de Recipe. Par l'entremise de **Connexions culturelles**, les employés ont accès à un calendrier mensuel d'événements multiculturels et à des faits saillants de nature culturelle des quatre coins du monde.

De plus, pour permettre aux employés de notre siège social et de l'entreprise en général, de fêter les jours fériés et d'observer les pratiques religieuses qui leur importent, nous avons porté à cinq jours le nombre de jours de congés personnels accordés dans le cadre du programme Récompenses totales. Les employés ont la possibilité de les utiliser à leur guise, par exemple, pour célébrer un jour férié religieux, faire du bénévolat ou participer à un rassemblement à caractère social ou environnemental.



DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

FORMATION EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ, D'ÉQUITÉ ET D'INCLUSION

La mise sur pied d'équipes diversifiées au sein de Recipe nécessite également la création des environnements inclusifs qu'attendent nos employés pour innover et contribuer plus exhaustivement à la réussite de l'entreprise. En 2020, nous avons fait équipe avec Reframe (anciennement CANVAS Consulting) pour lancer la formation « Introduction à la diversité, l'équité et l'inclusion », qui portait sur ces concepts, les définissait et présentait des stratégies et des outils pour les soutenir au sein de Recipe. Reframe est une entreprise d'experts-conseils qui offre une gamme complète de services en matière de diversité, d'équité et d'inclusion et qui soutient la culture, la stratégie et la RSE.

Plus de 865 employés de Recipe ont assisté à l'une des 55 séances dirigées par un formateur, y compris l'équipe de direction, l'ECS, les employés du siège social, les BDM ainsi que les directeurs généraux et les franchisés. Les commentaires fournis par les participants aident à orienter les futures initiatives, les formations complémentaires et les changements opérationnels liés à la diversité, l'équité et l'inclusion.

EN 2021, NOUS TIRONS PARTI DE CET APPRENTISSAGE EN OFFRANT LES FORMATIONS SUIVANTES :

- « Les préjugés inconscients », une formation destinée à l'équipe de direction;
- « Soutenir la diversité, l'équité et l'inclusion dans les restaurants », qui s'adresse aux directeurs généraux, aux franchisés et BDM;
- « Respect dans le milieu de travail », « Intervention en qualité de spectateur et apaisement des conflits », offertes sur la plateforme d'apprentissage ludique RU Game à tous les employés et gestionnaires de l'entreprise et aux employés et gérants des restaurants franchisés.
- D'ici la fin de 2022, nous souhaitons que le volet sur les préjugés inconscients devienne une composante fondamentale de la formation pour tous les employés de l'entreprise et des restaurants franchisés.



DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

CONTRIBUER AU PERFECTIONNEMENT DE TALENTS

ISSUS DE LA DIVERSITÉ

Constituer un bassin de dirigeants représentatifs de la diversité, contribuer à leur perfectionnement et les maintenir en poste est une composante essentielle de la stratégie à long terme de Recipe en matière de diversité, d'équité et d'inclusion. En 2019, nous avons mis en œuvre notre nouveau processus de planification de la relève, **la recette de notre succès**, qui incluait un examen approfondi des rôles partagés de directeurs des services, directeurs des marques et des principaux dirigeants opérationnels. En 2020, nous avons défini des objectifs concrets en matière de relève et avons commencé à identifier des candidats internes pour ces postes à travers le prisme de la diversité.

Début 2021, les candidats au bassin diversifié qui assureront la relève seront invités à participer à RU Leading, le programme de perfectionnement des cadres qui offre des plans de perfectionnement solides, des possibilités de mentorat et des occasions concrètes d'améliorer les compétences. Ces candidats pourront ainsi mettre de l'avant leur diversité de pensée et d'expériences, aider Recipe à continuer d'offrir des expériences culinaires exceptionnelles et lui permettre de demeurer un franchiseur de choix au Canada et à l'étranger.

L'identification de talents diversifiés, leur perfectionnement et leur maintien en poste constitueront un objectif particulier pour Recipe au cours des prochaines années, puisque nous créons un groupe de dirigeants autonomes capables de mener les équipes en illustrant leur diversité de pensée et aptes à mieux refléter la diversité des collectivités dans lesquelles se trouvent nos restaurants.

NOTRE ENGAGEMENT

- Créer, d'ici la fin de **2023**, un **bassin de candidats à la relève diversifiés** (sur le plan du genre et de l'ethnicité) et **prêts à assumer des rôles partagés de directeurs des services et de directeurs des marques**.
- D'ici la fin de **2023**, atteindre, au siège social et parmi les gestionnaires salariés, un **taux de maintien en poste de 95 % des plus grands talents issus de divers groupes de population** (p. ex. les femmes, les personnes autochtones, noires et de couleur, les personnes handicapées, les communautés LGBTQ2+).



DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

GROUPES DE RESSOURCES DES EMPLOYÉS

Chez Recipe, nous utilisons des groupes de ressources des employés (GRE) pour mobiliser les employés, renforcer les relations et les échanges de soutien et tirer parti des commentaires de leurs membres afin d'orienter les politiques et les normes de l'entreprise.

Actuellement, il existe deux GRE chez Recipe :

CONSEIL CONSULTATIF SUR LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION

- **29 membres**, qui reflètent l'éventail des employés des établissements, des domaines et des bureaux de Recipe.
- Les membres se réunissent **toutes les deux semaines** pour examiner les **priorités liées à la diversité, à l'équité et à l'inclusion**, formulent des commentaires en vue d'**actualiser les politiques** (p. ex. souplesse en matière de congés personnels) et les normes de Recipe (p. ex. configuration des toilettes et signalisation) à travers le prisme de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, offrent de l'information sur les célébrations culturelles et cernent d'autres occasions de faire avancer l'entreprise à cet égard.
- Les membres font équipe avec Reframe et **mettent tout en œuvre pour mettre sur pied les campagnes et événements de Recipe sur la diversité, l'équité et l'inclusion**, comme la campagne « Tu m'entends. Tu me vois » (Hear Me, See Me), qui a pour but de créer un espace sécuritaire où les employés de l'entreprise peuvent être eux-mêmes et servir d'inspiration à la création de nouveaux GRE.



DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

LESFEMMES@RECIPE

- **Plus de 50 membres**, qui représentent plusieurs établissements et fonctions de Recipe, dont les employés des restaurants.

- Les membres tirent parti des connaissances interfonctionnelles, **identifient les obstacles** à la réussite et se veulent un « **groupe de rétroaction** » concernant **les principales modifications des politiques et les principaux programmes** de Recipe.

- Les membres ont accès à des **programmes sur le sujet** et à des documents complémentaires qui peuvent leur servir à améliorer leurs plans d'action et de perfectionnement personnalisés.



AVANTAGES SOCIAUX ET RÉMUNÉRATION

AVANTAGES SOCIAUX

En tant que plus grande entreprise canadienne de restauration offrant une gamme complète de services, la capacité de Recipe à attirer et à récompenser les employés de talent en leur offrant des avantages sociaux et une rémunération compétitifs sera l'un des facteurs clés de sa réussite future.

Nous sommes fiers que l'offre de Recipe en matière d'avantages sociaux soit plus généreuse et affiche des seuils d'admissibilité plus bas que celles habituellement proposées dans les secteurs de la vente au détail ou de la restauration. Nous accordons également des avantages sociaux aux employés rémunérés à l'heure.

Ils sont offerts gratuitement (et entièrement financés par l'employeur) à tous les employés salariés du siège social et des restaurants après trois mois d'emploi continu et après six mois aux employés rémunérés à l'heure. Les employés à temps partiel qui travaillent plus de 56 heures sur quatre périodes de paie consécutives sont également admissibles aux avantages sociaux avec une réduction du coût de 50 %.

RÉMUNÉRATION

En 2020, nous avons créé un processus de recommandation salariale qui a jeté les fondations d'un examen plus approfondi de la cohérence de la rémunération offerte à l'interne et de sa compétitivité par rapport à celle proposée ailleurs. Nos premières conclusions ont permis à Recipe de mieux harmoniser les offres de récompenses totales (p. ex. tranches salariales, régimes de mesures incitatives) pour deux de nos quatre marques.

Nous poursuivons ce travail important en 2021 et souhaitons évaluer tous les postes des employés du siège social ou des restaurants, puis établir des données de référence afin d'affiner les groupes, les niveaux et la rémunération selon les rôles, s'il y a lieu. Une fois ce travail terminé, nous envisageons d'automatiser notre processus de prime annuelle au moyen du module de rémunération du SIRH.

RÉCOMPENSES TOTALES DE RECIPE

ASPECTS FINANCIERS

- Salaire de base compétitif
- Régime de mesures incitatives à court terme
- Versement d'une contribution de contrepartie au REER jusqu'à concurrence de 3 %
- Compte de dépenses de services de santé : 500 \$ par an
- Complément aux prestations de congé de maternité (jusqu'à 100 % pendant 9 semaines) et de congé parental payé
- Remboursement des frais de scolarité : 1 500 \$ par an

MODE DE VIE ET LOISIRS

- Gymnase sur place (siège social de Recipe)
- Bistro subventionné (siège social de Recipe)
- Rabais en restaurant
- Indemnité de repas
- Perkopolis : programme de rabais des employés comptant plus de 2 000 offres sur des produits et services au Canada

SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

- Couverture de soins de santé et de soins dentaires bonifiée entièrement payées par l'employeur
- Pharmacie PocketPill en ligne
- Invalidité de courte et de longue durée (maintien de 75% du salaire pendant 80 jours) et assurance-vie
- Programme d'aide aux employés (PAE)

CONGÉS

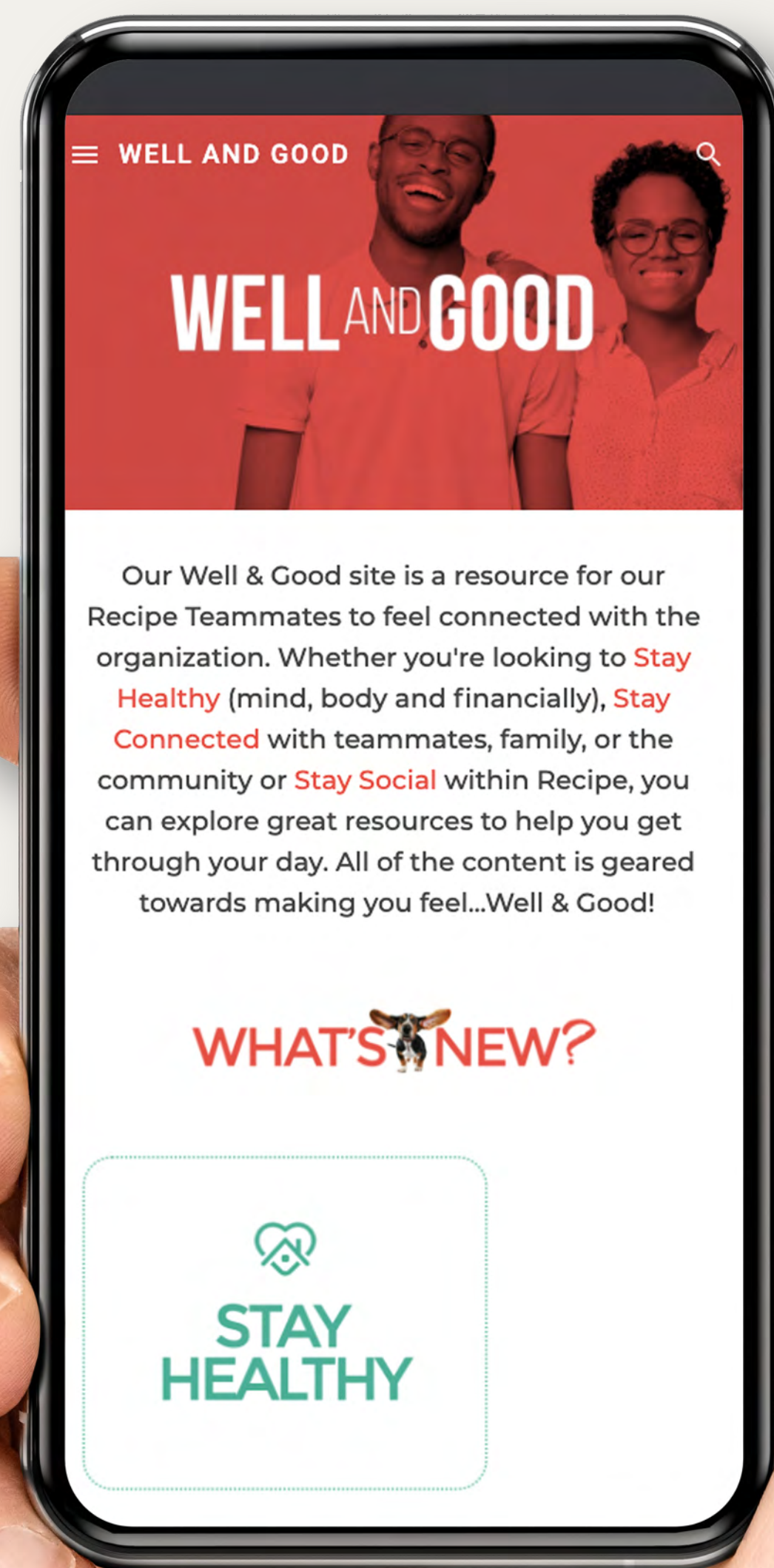
- Politique concurrentielle pour les jours de vacances payés
- 2 jours de congés mobiles
- 5 jours de congés personnels
- Organisation souple du travail

NOTRE ENGAGEMENT

- Nous reconnaissons le rôle essentiel que jouent nos dirigeants dans la définition et l'atteinte de nos objectifs en matière de durabilité. Dans cette optique, **d'ici la fin de 2023, la rémunération de notre ECS (directeurs et postes de niveau supérieur) sera liée à l'atteinte de nos objectifs en matière de RSE.**



MIEUX-ÊTRE DES EMPLOYÉS



SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

En 2019, Recipe a lancé « SANTÉ et MIEUX-ÊTRE », le bulletin d'information du programme de mieux-être de nos employés. Début 2020, nous avons amélioré le bulletin d'information en l'offrant sur une plateforme pour permettre aux directeurs du siège social et des restaurants corporatifs de l'entreprise de mieux informer leurs employés. Ce bulletin permet aussi d'avoir accès à des ressources et des activités liées au mieux-être financier, physique mental et social, selon le cas.

Aspects financiers : Des séances d'apprentissage de 30 minutes offrant des conseils et des idées sur des sujets tels que l'investissement, la retraite, la planification financière et des moyens d'utiliser au mieux votre argent.

Aspects physiques : Des vidéos, des conseils et des astuces, des listes de vérification pour effectuer efficacement des activités physiques à domicile (dont des classes virtuelles de conditionnement physique), en plus d'un guide pour mieux dormir et prendre soin de sa santé avec des recettes culinaires des chefs de nos propres marques. En 2020, l'un des principaux centres d'intérêt offrait, entre autres, des mises à jour sur les symptômes de la COVID-19, l'autosurveillance et les façons de rester en santé.

Aspects mentaux : En 2020, en plus des ressources liées aux activités de gestion du stress et de stimulation de la santé mentale, nous avons offert deux séances dirigées par un formateur sur le mieux-être mental : **Leadership en santé mentale au travail** (proposé à l'ensemble des gestionnaires) et **Renforcement de la résilience en périodes d'incertitude** (proposé à tous les employés de Recipe). Chaque séance a été enregistrée sur demande et mise à la disposition des employés ayant manqué une séance virtuelle en direct. En 2021, nous avons également lancé les **mercredis de mieux-être**, où l'accent est mis sur la pleine conscience et la méditation en partenariat avec Meditation Works.

Compte tenu de l'incertitude persistante, des perturbations et du stress sans précédent causés par la COVID-19, nous actualisons l'offre de notre PAE en mettant davantage l'accent sur la santé mentale en 2021 afin de veiller à disposer des soutiens appropriés pour répondre aux besoins de nos employés.

Aspects sociaux : À l'instar de nombreuses autres entreprises en 2020, nous avons aussi dû remplacer la participation en personne et les activités sociales par des moyens virtuels pour collaborer et rester en contact. Nous avons utilisé la plateforme « SANTÉ et MIEUX-ÊTRE » pour offrir des événements virtuels (p. ex. Halloween, fêtes de Noël et de la Saint-Patrick), de réseautage et des jeux, effectuer des entrevues vidéo avec des employés et des dirigeants et fournir des conseils et des astuces aux gestionnaires et aux équipes dans le cadre d'activités virtuelles de renforcement de l'esprit d'équipe.

MIEUX-ÊTRE DES EMPLOYÉS

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL (SST)

Depuis 137 ans, Recipe s'engage à offrir les meilleures expériences culinaires de sa catégorie en exploitant des restaurants propres et sécuritaires. Les nouveaux employés de ces restaurants reçoivent une formation de base sur la salubrité des aliments, la sécurité et le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT). Cette formation est complétée par une autre, en ligne, sur la SST, offerte par l'entremise du système de gestion de l'apprentissage de Recipe, ce qui permet aux employés, s'il y a lieu, de mettre à jour leurs connaissances sur des sujets comme la prévention des glissades, des trébuchements et des chutes, la manutention d'objets lourds et la sécurité des équipements.

En 2020, nous avons amélioré nos activités et notre offre en matière de SST pour assurer la sécurité et la santé de nos employés et de nos clients et harmonisé nos pratiques avec les changements législatifs. Face à la COVID-19, notre objectif consistait à illustrer deux de nos valeurs fondamentales, à savoir **faire ce qui est juste** et **être passionnés**. Voici certaines des mesures prises par Recipe pour lutter contre la COVID-19 :

SOUTENIR NOS EMPLOYÉS

- Élargissement du **PAE** aux employés rémunérés à l'heure et à temps partiel des restaurants corporatifs.
- Augmentation du nombre de **jours de congé de maladie** des employés des restaurants corporatifs qui ne pouvaient pas venir travailler.
- **Deux semaines supplémentaires de salaire** aux employés rémunérés à l'heure.
- Versement de **1 047 000 \$ en primes de remerciement** aux employés de première ligne des restaurants corporatifs.
- Lancement du programme **Main tendue de Recipe, qui offre 92 000 \$ de fonds d'urgence**, des bons cadeaux alimentaires ou des cartes cadeaux virtuelles aux employés directement touchés par la COVID-19.
- Mise en œuvre du **fonds de secours de Recipe**, un programme de maintien du salaire et d'indemnités de repas, qui a offert **1 590 000 \$ d'aide** aux employés des restaurants corporatifs en Ontario pendant la période de confinement prolongé imposée à toute la province d'avril à juin 2021.

PERMETTRE L'EXPLOITATION DES RESTAURANTS EN TOUTE SÉCURITÉ

- Financement d'une **formation en recertification commerciale** pour permettre aux restaurants de rouvrir de façon sécuritaire.
- Obtention et distribution de **1,15 million de dollars en équipement de protection individuelle**, notamment des masques, du désinfectant pour les mains, de protections oculaires et des thermomètres dans l'ensemble du réseau de restaurants.
- Conduite **d'exams de santé** pour améliorer la sécurité.
- Soutien aux activités **de suivi en cas de contact avec une personne malade**.
- Lancement de notre **programme Se réunir en toute sécurité**, un ensemble complet de procédures destinées à préserver la santé et la sécurité des employés et des clients.



MIEUX-ÊTRE DES EMPLOYÉS



Pour lutter contre la pandémie de COVID-19, nous avons lancé le programme **Se réunir en toute sécurité**, un ensemble complet de procédures destinées à préserver la santé et la sécurité des employés et des clients. Ce programme illustre la promesse de Recipe d'aider nos clients et nos collectivités à continuer de profiter d'expériences culinaires sécuritaires partout au Canada.

Parmi ses composantes clés, ce programme comprend des tests antigéniques rapides que nous avons présentés aux employés de nos restaurants aux quatre coins du pays en mai 2021. **Recipe est fière d'être la première entreprise canadienne de restauration à offrir des tests antigéniques rapides.** À compter de la mi-juin, les employés des restaurants ont réalisé plus de 55 000 tests antigéniques rapides partout au pays. Il s'agit d'un pas supplémentaire important dans notre programme, mais aussi de la bonne chose à faire pour nos employés, nos clients et nos collectivités.



LES TABLES SONT À 2 MÈTRES
LES UNES DES AUTRES

EN SAVOIR PLUS



PLACES ASSISES LIMITÉES
DANS LA SALLE À MANGER

EN SAVOIR PLUS



PORT DU
MASQUE REQUIS

EN SAVOIR PLUS



LAVAGE DES MAINS
FRÉQUENT

EN SAVOIR PLUS



CHAQUE TABLE EST
DÉSINFECTÉE APRÈS
UTILISATION

EN SAVOIR PLUS



POSSIBILITÉ DE PAYER
SANS CONTACT

EN SAVOIR PLUS



MANIPULATION SÉCURITAIRE
DES ALIMENTS

EN SAVOIR PLUS



PISTAGE NUMÉRIQUE

EN SAVOIR PLUS



INSPECTIONS EFFECTUÉES
PAR UN TIERS

EN SAVOIR PLUS



CERTIFICATION EN MANIPULATION
DES ALIMENTS

EN SAVOIR PLUS



VÉRIFICATIONS RÉGULIÈRES DE LA
TEMPÉRATURE DES ALIMENTS

EN SAVOIR PLUS



RESSOURCES EN
SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

EN SAVOIR PLUS



PROGRAMMES DE
FORMATION CONTINUE

EN SAVOIR PLUS



ÉPI SUPPLÉMENTAIRE

EN SAVOIR PLUS



TESTS DE
DÉPISTAGE RAPIDES

EN SAVOIR PLUS



Chez Recipe, nous nous sommes appuyés sur nos valeurs organisationnelles et plus particulièrement sur notre engagement à « faire ce qui est juste » pour nous orienter alors que nous continuons d'avancer dans la pandémie de COVID-19. Ces valeurs se sont traduites de nombreuses façons, en particulier par notre désir de soutenir nos partenaires franchisés sur le plan économique pendant la pandémie de COVID-19.

FRANK HENNESSEY
Chef de la direction

NOTRE RÉSEAU DE FRANCHISÉS

Notre réseau de franchisés joue un rôle crucial dans la réussite globale de Recipe et notre capacité à fournir des expériences culinaires exceptionnelles par l'entremise de nos 25 marques. En 2020, nous avons créé des partenariats avec plus de 1000 franchisés au Canada pour offrir des expériences culinaires sécuritaires et servir à nos clients la délicieuse nourriture à laquelle ils s'attendent.

Depuis mars 2020, les activités et les finances des restaurants franchisés sont sévèrement touchées par les confinements, les fermetures et les protocoles de sécurité liés à la COVID-19. Pour lutter contre la pandémie, Recipe a rapidement mis en place un certain nombre de programmes et d'initiatives visant à soutenir nos restaurants franchisés. Depuis l'introduction de ces programmes, nous nous sommes engagés à verser plus de **40 millions de dollars d'aide financière directe en 2020 à plus de 800 partenaires franchisés**, notamment :

SOUTENIR NOS RESTAURANTS FRANCHISÉS

- Lancement du **Programme de prévisibilité des coûts de location de Recipe** (PPCLR) et du **Programme de soutien COVID de Recipe** (PSCR), qui alloue un soutien financier direct aux 483 restaurants franchisés admissibles. Au total, on estime le coût* du PPCLR et du PSCR à environ 36,1 millions de dollars, **dont 33,1 millions d'aide directe allouée au cours de l'exercice financier 2020.**
- Réduction de la **redevance de franchisage**, soit une diminution totale de **7,5 millions de dollars pour 881 partenaires franchisés.**
- Soutien des **négociations avec les propriétaires en vue de réduire ou de différer le paiement des loyers** des établissements des franchisés pendant la crise de la COVID-19.
- Assistance offerte aux restaurants franchisés pour les aider à **s'y retrouver dans les programmes gouvernementaux de subventions salariales et locatives et les lois connexes** et les aider à mieux les comprendre.
- Élaboration d'une **formation pratique sur les nouvelles procédures**, y compris les protocoles de SST, pour permettre aux restaurants de rouvrir en toute sécurité.
- Financement d'une **formation en recertification commerciale** pour permettre aux restaurants de rouvrir de façon sécuritaire.

* Après que Recipe a annoncé ses programmes de soutien aux restaurants franchisés, cette aide a en partie été réduite en fonction des avantages reçus par ces derniers au titre des programmes d'aide gouvernementale.



ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET PHILANTHROPIE

Chez Recipe, nous nous efforçons de **faire ce qui est juste** pour nos employés, nos collectivités et la planète. Nous avons à cœur de réinvestir dans les collectivités dans lesquelles nous faisons affaire en offrant du temps, des compétences et de l'argent.

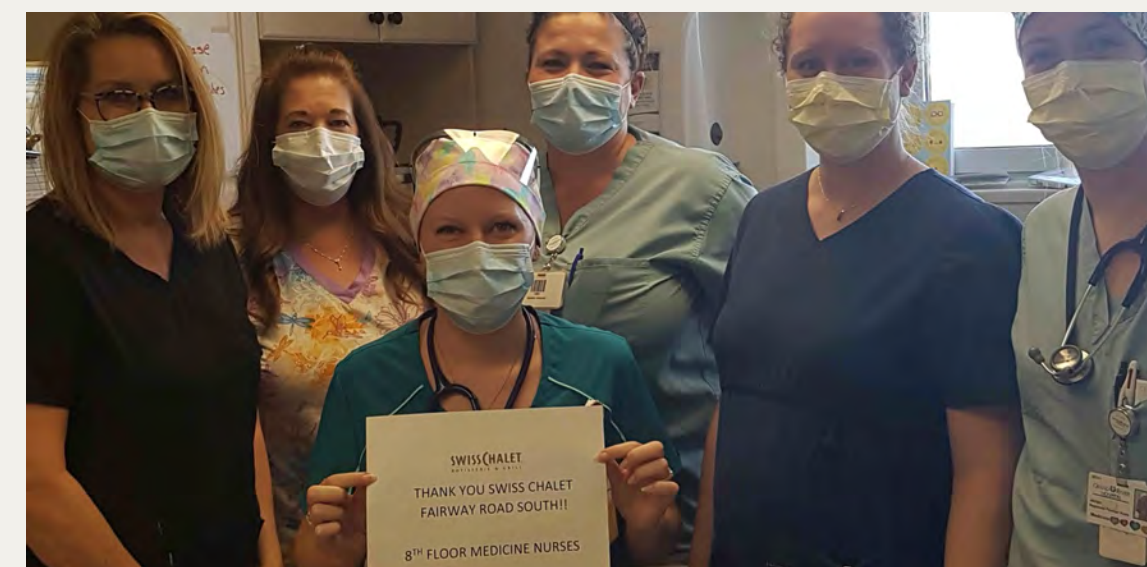
Bien que les efforts déployés par les marques dans les collectivités ciblent des questions qui leur importent le plus et qui reflètent leur identité, le mentorat auprès des jeunes et la lutte contre la faim sont des causes communes à bon nombre d'entre elles.

PRINCIPALES ACTIVITÉS MENÉES DANS LES COLLECTIVITÉS

En 2020, compte tenu de l'épidémie de COVID-19, les dons de nombreuses marques ont ciblé les soins de santé des travailleurs de première ligne et des travailleurs essentiels. Dans l'ensemble, nos marques ont donné plus de **2,28 millions de dollars**, dont **158 543 repas**. Voici quelques-unes des façons dont plusieurs marques ont réinvesti dans les collectivités :



Depuis le début de la pandémie, **Harvey's** et ses restaurants franchisés ont fait don de plus de **300 000 \$** à plusieurs initiatives communautaires : réduction de 50 % sur les repas offerts aux travailleurs de la santé de première ligne, **50 000 \$ donnés à Banques alimentaires Canada** en partenariat avec **Bauer Hockey** et plus de **100 000 burgers gratuits** pendant la **tournee du VR Harvey's**. De plus, une collecte alimentaire communautaire organisée de concert avec le programme VR Harvey's a recueilli 3 400 livres de denrées non périssables qui ont été distribuées aux banques alimentaires locales. Le programme VR continue de soutenir les employés de première ligne en 2021 et aide les services locaux de santé à administrer la première et la seconde dose du vaccin en offrant des burgers gratuits pour inciter les Canadiens à se faire vacciner.



Pendant toute l'année 2020, **Swiss Chalet** et ses franchisés ont servi l'équivalent de **79 217 repas aux travailleurs de la santé de première ligne** et aux **premiers répondants** et ont offert des repas à prix réduit aux membres de l'**Alliance Canadienne du Camionnage**. Swiss Chalet a également annoncé un partenariat de quatre ans avec **Hockey Canada**. Il vise à mettre à l'honneur le travail d'équipe ainsi que le mieux-être physique et mental des participants et de leur famille par l'entremise de nouveaux programmes qui soutiennent les collectivités locales et l'inclusion et enseignent aux enfants les notions fondamentales du soutien mutuel.



Début avril 2020, **Pickle Barrel** a mis en place un programme destiné à nourrir les **travailleurs de première ligne des foyers de soins de longue durée** de l'Ontario. Au total, **10 000 repas** ont été distribués dans 50 foyers. Pickle Barrel a également fait un don de **10 000 \$** à la **Princess Margaret Hospital Foundation** et offert **200 repas** aux travailleurs de la santé de l'**Hospital for Sick Children**.

darearts

DEVELOPING YOUNG LEADERS



ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET PHILANTHROPIE

RENFORCEMENT DES COMPÉTENCES DE LEADERSHIP PAR L'ENTREMISE DES ARTS CULINAIRES

Dans le cadre d'un partenariat avec DAREarts, Recipe propose le programme culinaire « Tous les arts » qui vise à aider les jeunes défavorisés et racisés à renforcer leurs compétences de leadership.

Grâce aux dons de nos fournisseurs, un groupe de bénévoles de Recipe a organisé et préparé 15 paniers-repas qu'il a distribués à des familles participantes.

En raison de la pandémie de COVID-19, une classe culinaire virtuelle a été organisée par Tristan D'Souza, chef de The Landing Group, en compagnie d'enfants de 7 à 14 ans qui se sont occupés de la majeure partie des préparatifs.

Trois séances supplémentaires regroupant plus de 45 familles sont prévues tout au long de l'année 2021.

PLEIN FEU SUR L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET LA PHILANTHROPIE



StHubertTM
Foundation

La Fondation St-Hubert a vu le jour en 2012 dans le but améliorer les efforts philanthropiques de la marque et faciliter le développement de relations étroites avec des collectivités et des organismes caritatifs dans l'ensemble du Québec, de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick. Elle a pour mission de contribuer à la santé et au mieux-être des collectivités, en mettant l'accent sur les familles et les enfants.

COLLECTE DE FONDS POUR CHANGER LES CHOSSES

Depuis sa création, la Fondation St-Hubert a organisé plusieurs collectes de fonds annuelles en vue de réunir de l'argent pour de bonnes causes dans nos collectivités. Parmi celles qui ont connu le plus de succès et ont duré le plus longtemps figurent la campagne de cartes à gratter et le tournoi classique annuel de golf, qui a permis à lui seul de récolter plus de 1,3 million de dollars depuis 2014.

CRÉATION DE PARTENARIATS AVEC LA FONDATION AUTISTE ET MAJEUR POUR SOUTENIR LES JEUNES ADULTES ATTEINTS DE TSA

En octobre 2020, la Fondation St-Hubert était fière d'annoncer un partenariat de **1 million de dollars sur 4 ans** à la Fondation Autiste et Majeur, qui a pour mission d'améliorer la qualité de vie des jeunes adultes atteints d'un trouble du spectre autistique (TSA) par la pédagogie, l'offre de programmes et l'intégration dans le milieu du travail. La mobilisation illustre parfaitement la manière dont Recipe et ses marques vivent nos valeurs, particulièrement pour mettre les gens à l'honneur et afficher notre diversité.



Depuis 2012, la Fondation St-Hubert a donné **plus de 7 millions de dollars** pour soutenir **450** organismes de bienfaisance locaux et nationaux dans l'ensemble du Canada.*

RÉINVESTISSEMENT DANS NOS COLLECTIVITÉS EN 2020

- Plus de **752 000 \$** d'aide versée pour soutenir près de **100** organismes de bienfaisance locaux et nationaux.
- La Fondation St-Hubert a fait don de **100 000 \$** et d'environ **2 000** tourtières au poulet de St-Hubert aux banques alimentaires du Québec.
- Les restaurants franchisés des Rôtisseries St-Hubert ont distribué gratuitement plus de **10 000** repas dans leurs collectivités (p. ex. bénévoles, hôpitaux) et le Groupe St-Hubert a distribué **10 000 repas gratuits** supplémentaires dans le cadre du programme « Livrez au suivant » à des familles et à des particuliers dans le besoin qui ont été nommés par leurs collègues, leurs amis ou leur famille.

* Dons, de la création à mars 2021.

PLEIN FEU SUR L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET LA PHILANTHROPIE

THE KEG



THE KEG
SPIRIT FOUNDATION

Les dons de charité de The Keg Steakhouse + Bar's ont lieu essentiellement par l'entremise de la Fondation The Keg Spirit. Depuis sa création en 2021, la Fondation The Keg Spirit a donné plus de 11 millions de dollars* à des organismes de bienfaisance qui œuvrent pour le perfectionnement et le mentorat des jeunes.

Les partenariats de longue durée ont toujours joué un rôle important dans l'histoire de The Keg et il n'en est pas autrement pour la Fondation. **La Fondation The Keg Spirit célèbre sa 20e année de soutien à Grands Frères Grandes Soeurs (GFGS)**, aussi bien à l'échelle locale que nationale.

- Depuis 2001, la Fondation The Keg Spirit est fière d'avoir versé à **GFGS** plus de **2,5 millions de dollars au Canada et 420 000 \$ aux États-Unis**.

- Depuis 2013, en guise de soutien à des organismes canadiens, elle a accordé une **subvention annuelle de renforcement des capacités à GFGS du Canada** pour appuyer l'évolution et le perfectionnement continus de ses programmes de base de données secondaires.

Dans le cadre des dons de charité versés par l'entremise de la Fondation, les établissements Keg ont, au fil des années, apporté leur soutien à des organismes de bienfaisance locaux dans le cadre de leurs activités d'ouverture et de réouverture. Depuis 2017, l'ouverture ou la réouverture de 16 restaurants Keg a généré plus de **168 000 \$ pour des organismes de bienfaisance locaux**.



Depuis 2001, la Fondation The Keg Spirit a donné* **plus de 10,3 millions de dollars au Canada et plus de 740 000 \$ aux États-Unis**, ce qui a donné lieu à l'octroi de subventions à plus de **400** organismes bienfaisance locaux, au Canada et aux États-Unis.

RÉINVESTISSEMENT DANS NOS COLLECTIVITÉS EN 2020

- Plus de **275 000 \$** de dons au Canada et aux États-Unis grâce à des fonds qui ont été collectés par l'entremise d'initiatives de magasins locaux, de la vente de produits de marque The Keg, de l'ouverture de nouveaux magasins (en 2019) et de promotions dans les restaurants.

- Dans l'ensemble de l'entreprise, les employés de The Keg ont offert plus de **1 000 coffrets-cadeaux The Keg** (souper complet pour deux) aux travailleurs de première ligne en guise de reconnaissance pour tout le travail accompli dans leurs collectivités.

* Dons, de la création à juin 2021..

Pendant 137 ans, nous avons servi aux Canadiens de délicieux repas préparés de façon sécuritaire avec des ingrédients sûrs et de grande qualité. Nos 25 marques offrent des menus variés aux plats savoureux et des expériences culinaires qui répondent aux préférences changeantes de nos clients. En tant que plus grande entreprise canadienne de restauration offrant une gamme complète de services, nous reconnaissons l'importance de la gestion chaîne d'approvisionnement alimentaire durable pour les générations à venir.

FAITS SAILLANTS 2020

- **Engagement continu** à soutenir les producteurs et les fournisseurs qui respectent **les normes les plus strictes en matière de bien-être animal** et à travailler avec eux.
- Atteinte de notre objectif : offrir uniquement des **produits à base d'œufs de poules élevées en liberté** avant la fin de 2020.
- Repérage **d'aliments excédentaires d'une valeur de plus de 450 000 \$**, découlant de fermetures liées à la COVID-19 et pouvant être **donnés**.

NOU RRIT URE



SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES



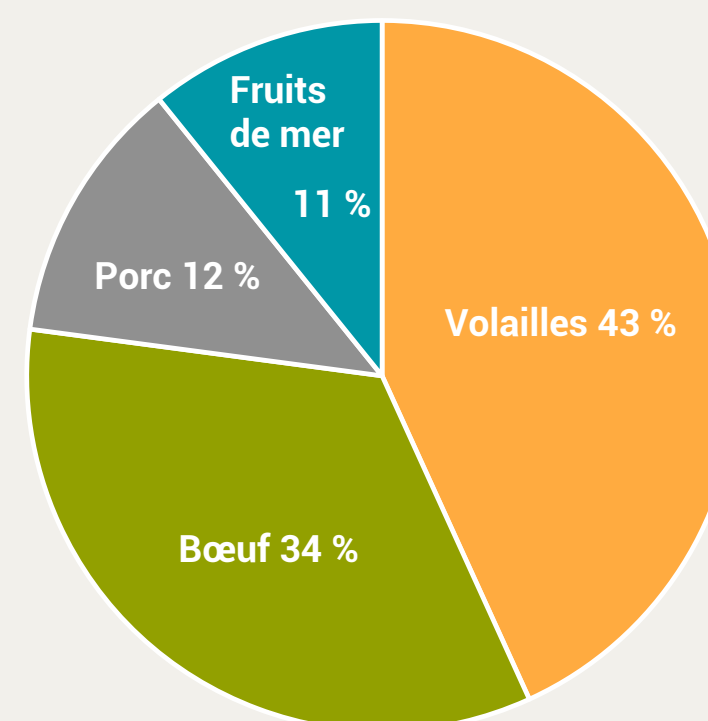
Les valeurs de Recipe, particulièrement **faire ce qui est juste**, ne s'appliquent pas seulement à nos employés, mais également aux animaux et aux plantes que nous nous procurons. En tant que plus grand groupe de restauration offrant une gamme complète de services dans l'ensemble du, nous avons un rôle important à jouer au chapitre de la protection des animaux et des plantes qui sont produits à des fins alimentaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Nous avons développé et appliqué des pratiques d'approvisionnement durables pour les catégories d'aliments qui constituent le gros du volume et des dépenses de l'ensemble des aliments achetés par Recipe. Ainsi, nos initiatives et nos programmes d'approvisionnement durable mettent principalement l'accent sur les protéines animales, notamment la volaille et les œufs, le bœuf, le porc et les fruits de mer, qui, ensemble, représentent 47 % des dépenses totales liées aux achats de nourriture de Recipe*.

Bien que les protéines animales sont un élément clé de notre offre, nous reconnaissons que les tendances alimentaires des consommateurs et le désir de pouvoir faire des choix plus sains (p. ex. plats végétariens ou sans gluten) peuvent entraîner une croissance continue de l'achat de produits végétaux comme les fruits, les légumes, les grains chez Recipe. Par conséquent, nous envisageons, au cours des quatre années à venir d'étudier et d'élaborer des pratiques d'approvisionnement durables en matière de produits frais.

À plus court terme, dans l'année qui vient, nous renforcerons les critères de sélection des fournisseurs et les exigences en matière de salubrité des aliments de Recipe pour nous assurer de continuer à faire équipe avec des producteurs et des fournisseurs avant-gardistes en matière de production alimentaire durable sur les plans social et environnemental.

ACHATS DE PROTÉINES ANIMALES AU COURS DE L'EXERCICE 2020
(POURCENTAGE PAR COÛT)*



En 2020, les protéines animales représentaient 47 % de l'ensemble des dépenses liées aux achats de nourriture de Recipe*. Il n'est donc pas surprenant que le bien-être animal soit un élément central de nos pratiques d'approvisionnement durables.

* N'inclut pas les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.

BIEN-ÊTRE ANIMAL

En tant que chef de file de l'industrie, Recipe est déterminée à soutenir le bien-être des animaux et à travailler avec les producteurs et les fournisseurs afin qu'ils respectent les normes les plus strictes en matière de bien-être animal tout au long du cycle de vie des animaux.

En partenariat avec nos fournisseurs, nous mettons tout en œuvre pour atteindre les « **cinq libertés** », un objectif reconnu à l'échelle internationale en matière de bien-être animal et dont le Farm Animal Welfare Council a fait un thème central. Cet objectif est aussi reconnu au sein de Humane Canada (la Fédération des sociétés canadiennes d'assistance aux animaux) :

1. absence de faim, de soif et de malnutrition;
2. absence de peur et de détresse;
3. absence de stress physique et thermique;
4. absence de douleur, de lésions et de maladies;
5. possibilité pour l'animal d'exprimer les comportements normaux de son espèce.

PARTENARIATS

Pour contribuer à améliorer les pratiques de protection animale de l'industrie, Recipe collabore avec trois organismes clés :

- Les Producteurs de poulet du Canada (PPC)
- Le National Farm Animal Care Council (NFACC)
- La Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCBD)

SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES



SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

VOLAILLES

Elles représentaient 43 % du total des achats de protéines animales de Recipe en 2020*. En comparant nos marques, ce pourcentage varie d'environ 20 % à plus de 75 % pour des marques telles que St-Hubert et Swiss Chalet.

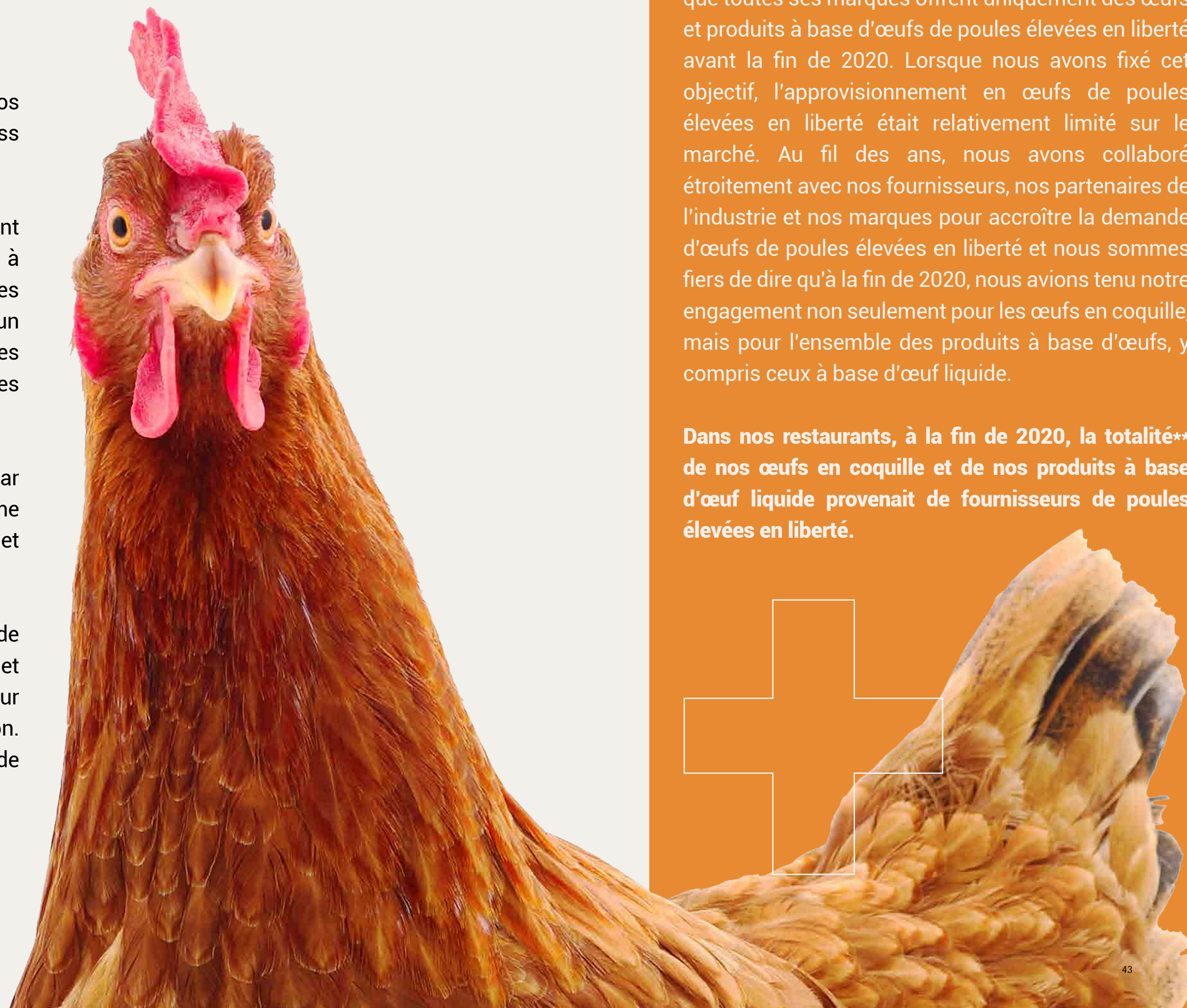
Au Canada, en raison du système de gestion de l'offre contrôlé par le gouvernement, plusieurs organismes, dont le National Farm Animal Care Council (NFACC) et Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) contribuent à définir des normes fondées sur la science, ainsi que des recherches et des formations continues concernant les soins prodigués aux volailles et leur transformation. Le Programme de soins des animaux des PPC comprend un processus de certification ainsi que des normes vérifiables pour tous les poulets issus d'exploitations agricoles canadiennes. Ces pratiques importantes ont fait du pays un chef de file mondial en ce qui a trait au bien-être des volailles et à leur transformation.

Recipe est fière d'adhérer à ces normes sur les volailles et de contribuer à les diffuser partout au Canada par l'intermédiaire des PPC. Notre directeur principal, Approvisionnements stratégiques, exerce son troisième mandat consécutif en qualité de président du comité des relations avec les consommateurs au sein des PPC et représente Restaurants Canada au conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada.

Tous les fournisseurs canadiens de volailles de Recipe ont mis en place des stratégies qui leur permettent de respecter leurs engagements en ce qui concerne l'adoption de dispositifs de chargement modulaire et d'étourdissement sous atmosphère contrôlée d'ici 2025. Ces deux initiatives se sont avérées efficaces pour améliorer le bien-être animal et la salubrité des aliments pendant leur manipulation et leur transformation. Nous continuons de soutenir nos fournisseurs pour qu'ils respectent ces engagements importants en matière de bien-être animal.

* N'inclut pas les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.

** N'inclut pas The Burger's Priest, Fresh et The Keg, dont les menus ne comprennent pas de produits à base d'œufs en coquille ou liquides.



2020, UNE EXCELLENTE ANNÉE EN CE QUI CONCERNE LES ŒUFS DE POULES ÉLEVÉES EN LIBERTÉ

En 2016, Recipe a annoncé qu'elle s'engageait à ce que toutes ses marques offrent uniquement des œufs et produits à base d'œufs de poules élevées en liberté avant la fin de 2020. Lorsque nous avons fixé cet objectif, l'approvisionnement en œufs de poules élevées en liberté était relativement limité sur le marché. Au fil des ans, nous avons collaboré étroitement avec nos fournisseurs, nos partenaires de l'industrie et nos marques pour accroître la demande d'œufs de poules élevées en liberté et nous sommes fiers de dire qu'à la fin de 2020, nous avons tenu notre engagement non seulement pour les œufs en coquille, mais pour l'ensemble des produits à base d'œufs, y compris ceux à base d'œuf liquide.

Dans nos restaurants, à la fin de 2020, la totalité de nos œufs en coquille et de nos produits à base d'œuf liquide provenait de fournisseurs de poules élevées en liberté.**

SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

BŒUF

Il représentait 34 % du total des achats de protéines animales de Recipe en 2020*. Compte tenu de l'importance du bœuf au menu de plusieurs de nos marques, nous reconnaissons qu'à court terme et à long terme, des possibilités de contribuer à favoriser une chaîne d'approvisionnement en bœuf plus durable au Canada s'offrent à Recipe.

Harvey's, la marque de restauration rapide de Recipe qui propose des burgers, a été la première enseigne à ouvrir la voie vers un approvisionnement en bœuf plus durable au Canada dans le cadre d'un partenariat avec la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCBD). La marque, qui vend généralement plus de 2 200 tonnes de burgers de bœuf par an, est fière d'être membre de la TRCBD depuis 2019.

La TRCBD est un réseau d'intervenants qui représente l'intégralité de la chaîne d'approvisionnement en bœuf, des éleveurs et transformateurs aux détaillants et entreprises de restauration, en passant par le milieu universitaire et la recherche, les organismes de protection environnementale et du bien-être animal et les gouvernements. Elle se consacre à promouvoir la durabilité au sein de l'industrie canadienne du bœuf, notamment en aidant à offrir des produits à base de bœuf nourrissants et de haute qualité, fabriqués de façon responsable sur les plans environnemental et social.

Le fait que Harvey's soit membre de la TRCBD contribue à garantir que le bœuf acheté pour son Burger Original provient d'élevages et de ranchs homologués selon les normes de la TRCBD. De plus, en 2020, la totalité du bœuf acheté pour le burger de bœuf Angus de Harvey's a été élevé sans antibiotiques, sans hormones et sans stéroïdes.

* N'inclut pas les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.

** La tenue de cet engagement dépend de l'approvisionnement et des volumes de produits certifiés par la TRCBD disponibles au Canada.



NOTRE ENGAGEMENT**

- Nous reconnaissons l'importance de promouvoir la production durable du bœuf au Canada pour les générations à venir. Dans cette optique, **toutes les marques de Recipe seront membres de la TRCBD d'ici 2025.**
- Recipe **augmentera également la proportion des achats de bœuf issu de sources d'approvisionnement certifiées par la TRCBD, celles-ci devenant plus accessibles grâce au programme d'inscription élargi qu'elle propose aux éleveurs et aux transformateurs.**





SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

PORC

Depuis des décennies, l'utilisation de cages de gestation qui empêchent les truies de bouger est une pratique courante du secteur de l'élevage porcin au Canada et dans le monde. Les discussions sur le sujet sont nombreuses et on note un intérêt marqué pour l'abandon de ces cages. Un rapport récent du Conseil canadien du porc suggère qu'environ 40 % du secteur porcin au pays a déjà abandonné cette pratique.

Recipe est fière de soutenir les transformateurs de porc canadiens qui travaillent dans l'objectif d'éliminer l'utilisation des cages de gestation de leurs activités. Plusieurs de nos principaux fournisseurs progressent vers les objectifs, à savoir transformer leurs activités en systèmes évolués et ouverts d'hébergement des truies. Pour mieux comprendre l'utilisation des cages de gestation dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement porcin, Recipe recueille actuellement des renseignements supplémentaires auprès de ses petits fournisseurs sur leur façon d'utiliser ces cages et leurs objectifs de transition. Nous communiquerons ces données dans le rapport sur la RSE de l'exercice 2021.

SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES



FRUITS DE MER

L'achat responsable de fruits de mer demeure une priorité pour Recipe. Depuis 2016, nous avons accru de façon constante la proportion des achats de fruits de mer provenant de sources d'approvisionnement durables. En 2020, 73 %* des fruits de mer que nous avons achetés étaient certifiés par un organisme tiers comme Ocean Wise, l'ASC ou le MSC.

La chaîne mondiale d'approvisionnement en fruits de mer est complexe et fragmentée. Les produits à base de poisson et de fruits de mer passent souvent par plusieurs intermédiaires de transformation avant de se retrouver dans une assiette. Pour tenir compte de ces difficultés dans la chaîne d'approvisionnement en fruits de mer, au cours des deux prochaines années, Recipe achètera uniquement des fruits de mer** issus de sources certifiées. De plus, nous créerons un partenariat avec le MSC afin d'être certifiés conformes à la norme de sa chaîne de traçabilité, ce qui garantira que les fruits de mer que nous achetons proviennent de pêcheries certifiées, durables, traçables et pouvant faire l'objet d'une vérification, des installations à l'assiette.

NOTRE ENGAGEMENT

- D'ici fin 2022, tous les fruits de mer** achetés par Recipe seront certifiés par un organisme tiers (p. ex. Aquaculture Stewardship Council [ASC], Ocean Wise, Marine Stewardship Council [MSC]) pour assurer la durabilité des pratiques.

- D'ici fin 2024, Recipe sera certifiée conforme à la norme de la chaîne de traçabilité du MSC.

* N'inclut pas les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.

** Exclut les achats de calmar. Les normes de certification d'organismes tiers relatives à la pêche du calmar sont considérablement sous-développées. Nous continuons à soutenir la pêche ciblée du calmar géant et plusieurs de nos marques utilisent ce produit obtenu de façon durable.





SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

CAFÉ

Les répercussions sociales et environnementales liées à la production de café ont fait la manchette pendant des années. Par le passé, les achats de Recipe dans cette catégorie ont été relativement faibles. Toutefois, en raison de l'acquisition récente d'un certain nombre de nouvelles marques, les achats de café ont crû de façon constante.

Depuis 2019, Recipe a examiné les normes de certification liées au café. Même si 25 %* du café que nous avons acheté en 2020 était certifié par un organisme tiers, nous souhaitons mieux faire à ce chapitre.

Nous peaufinons actuellement nos pratiques d'approvisionnement pour nous assurer que tous les produits de café que nous achetons d'ici la fin de 2022 et au-delà satisfont aux normes sociales et environnementales pertinentes, comme celles définies par la Rainforest Alliance ou le Fairtrade International.

NOTRE ENGAGEMENT

- D'ici la fin de **2022**, la **totalité du café** acheté par Recipe **satisfera aux normes de certification sociales et environnementales** (p. ex. Rainforest Alliance, Fairtrade International).

* N'inclut pas les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.

SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES



PRODUIT VÉGÉTAL

Les tendances alimentaires changeantes des consommateurs (p. ex. plats végétariens ou sans gluten), la volonté de pouvoir faire des choix plus sains et l'utilisation d'ingrédients d'origine végétale pour remplacer la viande ont fortement contribué à l'augmentation de la demande en fruits et légumes dans l'industrie de la restauration en Amérique du Nord.

Bien que les initiatives et programmes d'approvisionnement durable de Recipe aient principalement mis l'accent sur les protéines animales, lesquelles représentent la majeure partie de l'ensemble des dépenses liées aux achats de nourriture, nous reconnaissons que l'achat de produits végétaux sera probablement une catégorie de croissance pour nous dans un avenir proche.

Par conséquent, nous envisageons, au cours des quatre années à venir, d'étudier et d'élaborer des pratiques d'approvisionnement durables en ce qui concerne les produits frais. Notre objectif est de mieux comprendre les certifications sociales et environnementales dans cette catégorie de même que les mesures prises par les fournisseurs pour soutenir l'agriculture durable (p. ex. assurer une biodiversité, la santé des sols, la conservation de l'eau et de l'énergie) et les droits de la personne. Nous ferons part de nos conclusions dans les prochains rapports sur la RSE.

R



SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Recipe est déterminée à veiller à ce que ses restaurants servent de délicieux repas préparés avec des ingrédients de haute qualité qui respectent toutes les exigences des normes et des règlements canadiens de santé et de salubrité alimentaire. Nos programmes de salubrité alimentaire nous aident à garantir la sécurité et le bien-être de nos clients.

Les fournisseurs approuvés, qui offrent ou produisent nos idenrées, doivent, comme l'illustre leur certification, s'engager eux aussi à respecter une norme reconnue en matière de salubrité alimentaire, telle que la Global Food Safety Initiative (GFSI). Nous offrons soutien et conseils à nos petits fournisseurs locaux afin qu'ils puissent tenter d'obtenir la certification ou qu'ils respectent d'autres normes acceptables.

Le programme de salubrité alimentaire de Recipe et les normes connexes respectent – et très souvent dépassent – les exigences réglementaires minimales. Le programme de salubrité alimentaire qui soutient nos restaurants inclut l'application rigoureuse des procédures d'exploitation normalisées, des vérifications indépendantes effectuées par des tiers et des programmes de formation exhaustifs pour nos employés.

Chez Recipe, nous disposons d'une équipe interne de professionnels dans les domaines techniques, de la salubrité alimentaire, de l'assurance qualité et les affaires réglementaires qui appuient l'une amélioration continue de la salubrité alimentaire, l'élaboration des produits et la sélection et l'approbation des fournisseurs dans notre secteur d'activité.

FORMATION ET CERTIFICATION LIÉES À LA SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Les employés des restaurants participent au programme de formation sur la salubrité alimentaire que nous avons élaboré spécialement pour nos marques de restauration. La formation fournit aux employés des connaissances sur les risques éventuels liés à la salubrité alimentaire au sein du restaurant et sur la manière d'effectuer les contrôles appropriés qui préviendront les risques sanitaires.. Notre objectif consiste à nous assurer que chaque employé comprend son rôle et ses responsabilités en ce qui concerne le soutien et la mise en œuvre des pratiques et des contrôles liés à la salubrité alimentaire de Recipe.

Tous les responsables du restaurant doivent posséder le titre de manipulateur agréé d'aliments. La formation et l'examen écrit qui accompagnent ce titre, couvrent la manipulation sécuritaire des aliments, les maladies, les bactéries, le nettoyage des produits alimentaires, ainsi que les méthodes de désinfection et les allergies alimentaires. Le contenu du cours est approuvé par l'organisme de réglementation concerné. Une formation supplémentaire sur la salubrité alimentaire est également offerte sur demande par l'entremise de RU Game, notre plateforme d'apprentissage ludique en ligne.



SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

VÉRIFICATION EN MATIÈRE DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Au Canada, Recipe procède régulièrement, dans toutes ses marques* et par l'entremise d'un organisme tiers, à des vérifications surprises en matière de salubrité alimentaire. Ces vérifications ont lieu deux fois l'an et examinent le respect du programme de salubrité alimentaire, les procédures d'exploitation normalisées et la gestion des risques à l'échelle du restaurant. L'examen effectué dans le cadre de ces vérifications est exhaustif et compte près de 100 points d'évaluation. En 2020, 1 337 vérifications par des tiers ont été effectuées dans nos restaurants au Canada en dépit des restrictions et des interruptions d'activités dues à la COVID-19.

GESTION DE L'HYGIÈNE ET DE LA SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Afin d'aider nos restaurants à gérer notre programme à cet égard, Recipe forme des partenariats avec des chefs de file mondiaux en matière de gestion de l'hygiène et de technologie d'assainissement, ce qui garantit que toutes les exigences du programme atteignent ou dépassent en permanence les attentes.

* Sauf The Keg, qui n'a pas été incorporé au programme.

CHOIX, NUTRITION ET MARKETING

D'un bout à l'autre du pays, les 25 marques de Recipe proposent une diversité de délicieux choix de menus et d'expériences culinaires. Que les clients souhaitent manger sur le pouce ou choisissent plutôt de se faire davantage plaisir, nous avons quelque chose pour chacun.

En tant que plus grande entreprise canadienne de restauration offrant une gamme complète de services, nous tenons compte des habitudes alimentaires changeantes de nos clients et de leur volonté de pouvoir faire des choix plus sains et plus nombreux.

NOTRE ENGAGEMENT

- Nous reconnaissons que nos clients veulent davantage de choix équilibrés, particulièrement lorsqu'il s'agit des menus enfant. Aussi, d'ici la fin de **2022**, Recipe veillera à ce que **les menus enfant de chacune de ses marques* comprennent au moins un choix sain** conforme au Guide alimentaire canadien.

* N'inclut pas New York Fries et The Burger's Priest, qui n'offrent pas de menu enfant.



CHOIX, NUTRITION ET MARKETING

Voici quelques exemples des mesures prises par nos marques pour répondre aux souhaits de nos clients en ce qui a trait à des choix plus nombreux et plus sains :



SWISS CHALET

En partenariat avec Weight Watchers, une entreprise d'envergure mondiale qui se consacre au mieux-être et à la perte de poids, Swiss Chalet a lancé le menu « Favoris WW », qui inclut les repas préférés des clients servis avec une liste choisie d'accompagnements et de boissons compatibles avec les PointsFutés^{MD}. Chaque choix de la liste correspond à une valeur en PointsFutés^{MD} des trois plans monWW+, de façon à ce que les clients puissent commander leur souper préféré et rester sur la bonne voie. Les PointsFutés^{MD} sont un système étayé par la science, créé pour permettre aux membres de faire des choix plus sains.



ST-HUBERT

Introduction de trois pâtés végétariens préparés avec des ingrédients naturels de grande qualité. Le pâté « au poulet » végétarien contient de la protéine de soja dont le goût et la texture rappellent ceux du poulet, alors que le gratin végétarien au « poulet » et brocoli est enrichi avec du chou-fleur. Le chili végétarien contient de la protéine de pois, du quinoa et des haricots noirs. Servis sans arômes, colorants ou agents de conservation artificiels, les pâtés végétariens de St-Hubert sont d'excellentes sources de protéines.



KELSEYS ET HARVEY'S

Le burger Lightlife^{MD} est un incontournable des menus de Kelseys et de Harvey's. La galette d'origine végétale du burger contient 20 g de protéines et est exempte d'organismes génétiquement modifiés (OGM), de gluten et de soja.

CHOIX, NUTRITION ET MARKETING

Les clients qui mangent dans nos restaurants s'attendent à un menu varié qui correspond à leur mode de vie, à leurs préférences et à leurs exigences alimentaires (p. ex. sans gluten, végétarien). Les 25 marques de Recipe proposent aux clients des menus aux plats succulents accompagnés de l'information nutritionnelle dont ils ont besoin pour faire les choix de repas qui correspondent le mieux à leurs préférences et à celles de leur famille.

Recipe s'engage à adopter des pratiques responsables en matière d'étiquetage et de publicité dans toutes ses marques. Tout au long de 2020, nous nous sommes efforcés de mettre à jour et de fournir des renseignements plus complets en matière d'apport nutritionnel et d'allergie alimentaire dans les principaux menus de toutes nos marques. L'information nutritionnelle est présentée à nos clients sous diverses formes, notamment dans les menus, les panneaux d'affichage et publicités des menus. Nous avons également rendu l'information nutritionnelle et celle sur les allergies alimentaires compatibles avec les appareils mobiles et accessibles en ligne sur le site Web de chacune de nos plus grandes marques. Les clients peuvent donc consulter cette information depuis le confort de leur domicile ou pendant qu'ils mangent dans nos restaurants.

Bon nombre de nos marques proposent des plats végétariens, végétaliens ou sans gluten. Il est désormais plus simple pour nos clients de comprendre la composition de leurs aliments, de personnaliser les plats sélectionnés et de choisir ce qu'ils mangent de façon plus consciente.

COMMERCIALISATION RESPONSABLE

Chez Recipe, nous sommes soucieux de commercialisation, en particulier lorsqu'elles visent les enfants. Nous comprenons et observons activement les normes et lignes directrices en matière de publicité destinée aux enfants au Canada.



RÉCUPÉRATION DE NOURRITURE

Recipe exerce ses activités dans le secteur de la restauration et non dans celui des décharges. Au fil des années, nous avons peaufiné nos menus, renforcé nos activités et affûté notre capacité à prédire précisément la quantité d'ingrédients dont nous avons besoin dans nos restaurants pour produire nos repas. Un récent exercice pilote de récupération alimentaire a également indiqué que les activités quotidiennes des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés qui y ont participé génèrent habituellement peu d'aliments excédentaires à donner.

Comme d'autres entreprises dans l'industrie, nos activités au Canada ont été considérablement touchées par les confinements, les fermetures et les restrictions liées à la COVID-19 tout au long de l'année 2020. Au départ, ces conditions ont entraîné un arriéré des produits dans toute notre chaîne d'approvisionnement. Nous avons, par conséquent, collaboré étroitement avec les directeurs de nos restaurants et les partenaires des centres de distribution de tout le pays pour déterminer la nourriture excédentaire disponible pouvant être donnée en toute sécurité.

EN 2020, AU CANADA, NOUS AVONS IDENTIFIÉ POUR PLUS DE 450 000 \$* DE NOURRITURE EXCÉDENTAIRE DISPONIBLE, DÉCOULANT DES FERMETURES ET DES CONFINEMENTS LIÉS À LA COVID-19 ET POUVANT ÊTRE DONNÉE SANS RISQUE.

Cette expérience nous a montré que Recipe avait la possibilité de mettre en place un processus permettant de mieux recenser les produits excédentaires particuliers (et leur valeur) provenant de nos centres de distribution pour en faire don aux organismes de bienfaisance partenaires. De plus amples renseignements sur nos progrès en cours dans ce domaine seront communiqués dans notre rapport sur la RSE de l'exercice 2021.

* N'inclut pas The Keg, The Burger's Priest et Fresh. Nous avons fait don de nourriture excédentaire à plusieurs organismes de bienfaisance au Canada par l'entremise de nos partenaires de distribution.



NOTRE ENGAGEMENT

- Nous avons pour objectif de gaspiller le moins de nourriture possible dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement. Nous continuerons à améliorer nos processus afin de prédire précisément les aliments dont nous avons besoin et de réduire au minimum la quantité de nourriture excédentaire. Lorsque de la nourriture excédentaire sera tout de même disponible, nous veillerons à ce qu'elle ne finisse pas dans les décharges, mais à ce qu'elle soit donnée à des organismes qui peuvent en faire bon usage.

- D'ici la fin de **2021**, Recipe mettra en œuvre un processus qui lui permettra de **mieux recenser et de mieux quantifier les produits alimentaires excédentaires particuliers (et leur valeur)** qui sont **donnés par nos centres de distribution** aux organismes de bienfaisance partenaires.

En tant que plus grande entreprise canadienne de restauration offrant une gamme complète de services, nous souhaitons utiliser notre taille à bon escient en exerçant nos activités de façon durable, en réduisant notre consommation d'énergie et d'eau de façon mesurable et en faisant évoluer et en réduisant au minimum la quantité d'emballages que nous utilisons pour nos clients, tout en réduisant activement nos déchets opérationnels.

FAITS SAILLANTS 2020

- **Réduction de notre consommation d'énergie et d'eau** conformément à notre plan stratégique de gestion de l'énergie (PSGE) et **maintien sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs de réduction de 15 %** d'ici la fin de 2021.
- Mise en oeuvre de **plus de 250 initiatives** entre 2019-2020 visant à réduire la consommation d'énergie et d'eau dans **120 établissements de l'entreprise**.
- Poursuite de notre objectif concernant la **durabilité des emballages** à l'échelle réseau, comme suit :
 - **Élimination** des substances perfluoroalkyliques et polyfluoroalkyliques (SPFA) de **99,7 % des emballages et des articles à usage unique** de Recipe. Nous sommes sur la bonne voie pour les éliminer totalement d'ici la fin de 2021.
 - Les **emballages** proposés aux clients (à l'exception des articles à usage unique) sont composés à **90 % de matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés**.
 - Les **emballages à base de papier** (à l'exception des articles à usage unique) se composent à **95 % de fibres provenant de fournisseurs certifiés**, résolus à promouvoir la croissance et la conservation des forêts.

PLAN À ÉTÉ



CONCEPTION ÉCOLOGIQUE ET CONSTRUCTION

Dans nos collectivités, les cuisines commerciales sont des espaces énergivores, qui contribuent aux émissions de gaz à effets de serre et aux répercussions des changements climatiques. Avec plus de 1 290 restaurants au Canada en 2020, nous reconnaissons qu'il nous incombe de réduire au maximum les répercussions de nos activités sur l'environnement.

En 2018, Recipe a mis sur pied une équipe dédiée à la réduction de la consommation d'électricité, de gaz et d'eau au Canada, en mettant initialement l'accent sur les établissements de l'entreprise. Cette année, nous avons noué des partenariats avec nos marques pour établir des mesures de base quant à notre consommation d'énergie (électricité et gaz) et d'eau en vue d'orienter le plan stratégique de gestion de l'énergie (PSGE)* dans lequel nous fixons un objectif ambitieux : **réduire notre consommation d'énergie et d'eau de 15 % d'ici la fin de 2021.**

Ces trois dernières années, nous nous sommes efforcés d'améliorer la conception et la construction de nos restaurants en déployant les technologies appropriées qui nous permettent de réduire considérablement notre consommation d'énergie et d'eau en vue d'étayer les objectifs de notre PSGE. Depuis 2019, nous avons **mené plus de 250 initiatives d'économie d'énergie et d'eau dans 120 restaurants de l'entreprise.** Les efforts de conservation déployés par Recipe en 2020 ont été encore renforcés en raison des confinements et des fermetures liés à la COVID-19, entraînant des réductions considérables de la consommation d'énergie et d'eau. Une analyse en cours suggère que, malgré les répercussions de la COVID-19, Recipe est sur la bonne voie pour atteindre la réduction de 15 % visée d'ici la fin de 2020, le fruit de nos initiatives d'économie d'énergie et d'eau.

* Les données de référence et les résultats de notre PSGE sont fondés sur l'ensemble de la consommation d'énergie et d'eau dans les établissements semblables pour lesquels nous disposons de données sur la consommation d'énergie ou d'eau pour 2018, 2019, 2020 et 2021.

** Les données de référence et les résultats de notre PSGE reposent sur le total de la consommation d'énergie et d'eau des 80 établissements pour lesquels nous disposons de données sur la consommation d'énergie (électricité et gaz) et des 40 autres dont nous connaissons la consommation d'eau pour 2018, 2019 et 2020.

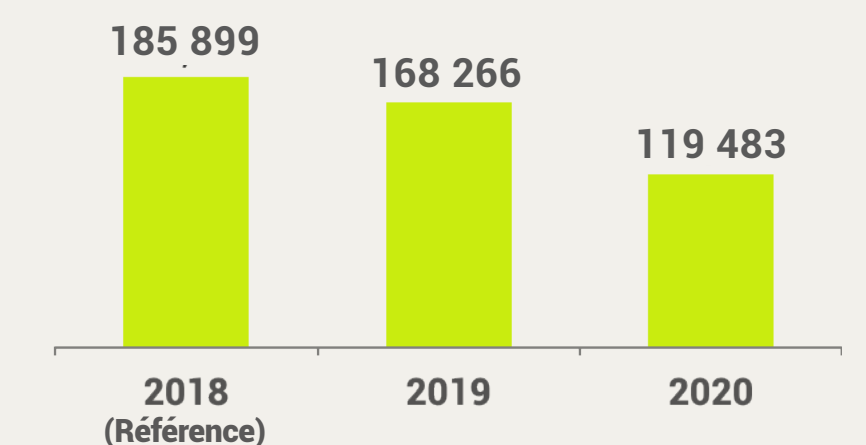


En 2018, Recipe s'est fixé l'objectif ambitieux de réduire sa consommation d'énergie et d'eau de 15 % avant la fin de 2021. Nous sommes sur la bonne voie pour atteindre cet objectif d'ici la fin de l'année.

CONSUMMATION TOTALE D'ÉNERGIE**
(kWh-e)



CONSUMMATION TOTALE D'EAU**
(m³)



** Les résultats de 2020 reflètent la baisse des activités liée à la COVID-19.

CONCEPTION ÉCOLOGIQUE ET CONSTRUCTION

Notre équipe chargée de la conception et de la construction adhère totalement à la valeur de Recipe « faire preuve de curiosité » en surveillant et en évaluant en permanence les innovations en matière d'éclairage, de CVCA, de technologies de cuisine et d'appareils sanitaires à mesure qu'elles évoluent pour assurer le juste équilibre entre leur durabilité pour nos activités et les avantages prévus pour l'environnement. En général, l'équipe chargée de la conception et de la construction teste au moins deux nouvelles technologies par an et en 2020, cinq projets pilotes ont été menés dans nos restaurants afin de mettre à l'essai des commandes évoluées de hotte de cuisine, des mises à niveau des chambres froides et des technologies sans eau.

Nous utilisons volontairement les restaurants corporatifs pour mettre l'essai de nouvelles technologies et peaufiner nos pratiques dans le but d'acquérir des connaissances, de tirer des leçons et de cerner les pratiques exemplaires qui profiteront à l'ensemble des restaurants et des restaurants franchisés de notre réseau.

L'équipe chargée de la conception et de la construction utilise une démarche en trois étapes pour déterminer et déployer les bonnes technologies :

RECHERCHE

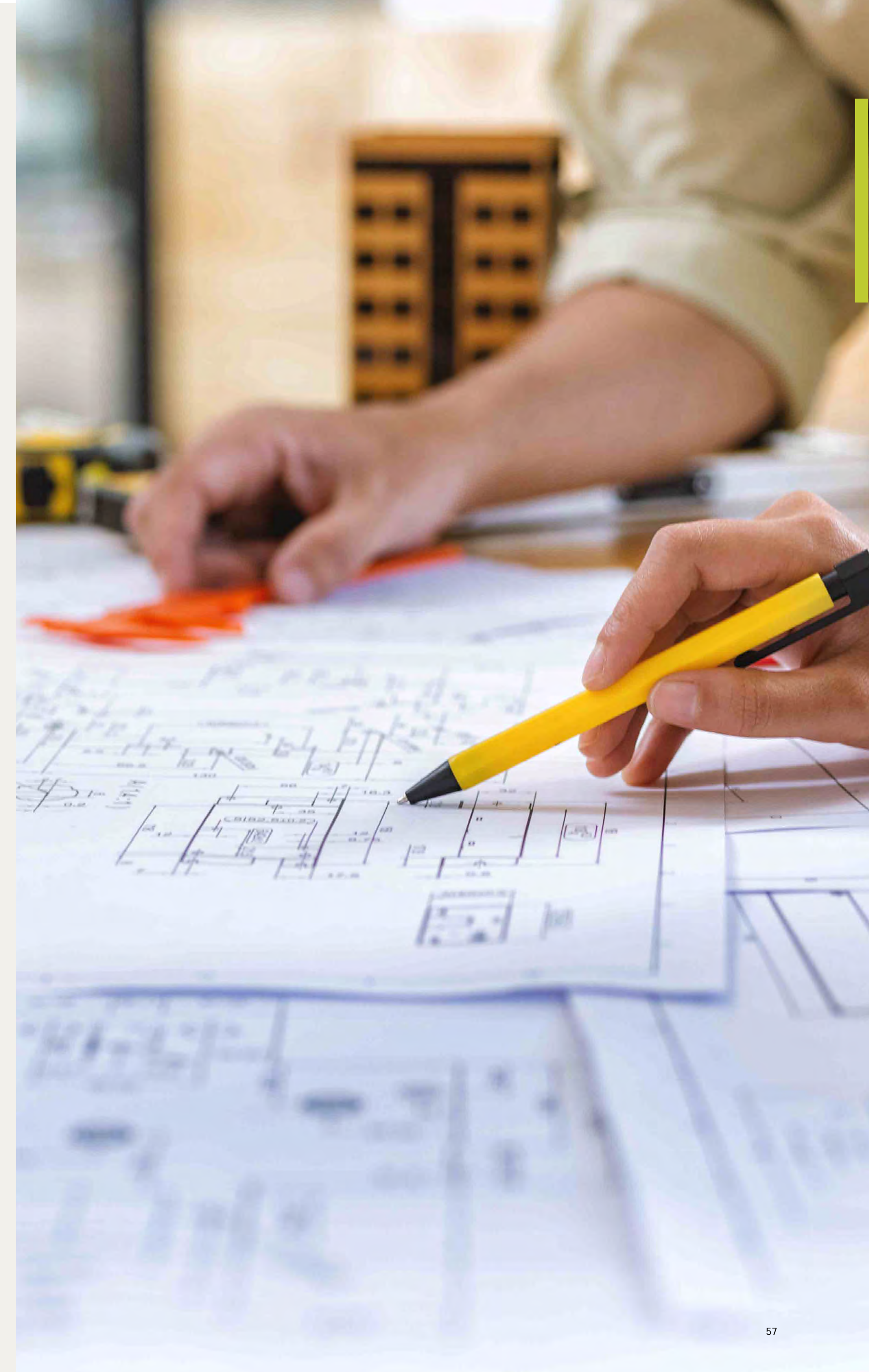
- Identifier les équipements qui consomment le plus d'énergie ou d'eau et rechercher les nouvelles technologies et innovations offertes sur le marché pour les réduire.
- Sélectionner les technologies à mettre à l'essai.
- Définir les objectifs du projet pilote et les avantages escomptés (p. ex. gains d'efficacité et économies de coûts).

PROJET PILOTE

- Incorporer les technologies retenues dans les rénovations ou les modernisations des restaurants corporatifs.
- Confirmer si les objectifs et les avantages sont réalisés.
- Utiliser les résultats des projets pilotes, définir l'étude de rentabilisation et le plan de déploiement.

DÉPLOIEMENT

- Déployer les technologies de façon proactive dans les établissements corporatifs au cours de l'année.
- Mettre à jour les normes de conception et de construction en vue d'incorporer les nouvelles technologies dans les constructions et projets de rénovation à venir.
- Promouvoir les apprentissages et les pratiques exemplaires auprès du réseau de restaurants franchisés afin de favoriser une conversion rapide.



CONCEPTION ÉCOLOGIQUE ET CONSTRUCTION

Nous avons réalisé des progrès tangibles en déployant des technologies à impact dans le cadre des 250 projets et plus que nous avons réalisés dans nos restaurants corporatifs qui offrent une gamme complète de services et composent la majeure partie de notre portefeuille de restaurants.

En plus de mettre l'accent sur les restaurants que nous contrôlons directement, nous continuerons à encourager et à influencer l'adoption de nouvelles technologies par tous nos restaurants franchisés en partageant nos apprentissages, en expliquant les avantages environnementaux et en soulignant les retombées financières qui s'offrent à tous.

Au cours des années à venir, nous collaborerons étroitement avec nos marques de service rapide, qu'il s'agisse d'enseignes de l'entreprise ou de restaurants franchisés, pour réunir des données supplémentaires sur la consommation d'électricité, de gaz et d'eau dans plusieurs établissements et améliorer la robustesse de nos données de référence afin d'établir une feuille de route sur l'efficacité énergétique et la consommation d'eau des restaurants.

NOTRE ENGAGEMENT

- Nouer des partenariats avec nos **marques offrant un service rapide et celles acquises récemment pour établir des données de référence sur la consommation d'énergie et d'eau d'ici la fin de 2022.**
- À ce jour, les leçons apprises de nos déploiements technologiques révèlent plusieurs occasions de réduire davantage notre consommation d'énergie et d'eau dans notre réseau de restaurants offrant une gamme complète de services (par rapport aux données de référence de 2018) :
 - Début janvier **2023**, les **restaurants corporatifs rénovés** verront leur **consommation d'énergie et d'eau diminuer respectivement de 25 % et 20 %.**
 - Début janvier **2023**, les **restaurants franchisés rénovés** verront leur **consommation d'énergie baisser de 10 %.**
 - Début janvier **2024**, les **nouvelles constructions de restaurants corporatifs et des restaurants franchisés** verront leur **consommation d'énergie et d'eau diminuer respectivement de 25 % et 20 %.**





CONCEPTION ÉCOLOGIQUE ET CONSTRUCTION

PLEINS FEUX SUR : MONTANA'S BBQ & BAR

Chaque construction de nouveau restaurant et chaque rénovation de restaurant existant est une occasion pour nous d'incorporer des technologies innovantes qui contribuent non seulement à rendre nos cuisines et nos salles à manger plus économes en énergie et en eau, mais qui en plus, améliorent le confort de nos employés et l'expérience culinaire globale de nos clients.

La rénovation récente de notre établissement Montana's BBQ & Bar, à Brampton en Ontario, illustre parfaitement l'incidence que peut avoir la technologie adéquate sur l'augmentation de l'efficacité des activités de nos restaurants. Cet établissement a constaté une réduction de 23 % de sa consommation d'énergie en adoptant les technologies suivantes :

- **Des éclairages à DEL** partout pour accroître la luminosité de la cuisine et offrir l'éclairage ambiant souhaité dans les salles à manger.
- **Des thermostats intelligents** qui adaptent le chauffage et la climatisation pour offrir la température idéale.
- **Optimisation des hottes de cuisine**, notamment des capteurs qui contrôlent automatiquement la vitesse des ventilateurs, l'aération et les échanges d'air pour offrir aux employés en cuisine une expérience de préparation de repas plus paisible et plus confortable.
- **Commandes des chambres froides** pour optimiser la consommation énergétique, tant dans la chambre froide que dans les congélateurs.
- **Pulvérisateurs de prérinçage à faible débit** et **robinets munis d'aérateurs** qui permettent un nettoyage à faible consommation d'eau.

Compte tenu de leur efficacité, ces technologies sont incorporées dans les normes de conception de Recipe pour les constructions et les rénovations futures.

RÉNOVÉ RÉCEMMENT, L'ÉTABLISSEMENT
MONTANA'S BBQ & BAR A VU SA
CONSOMMATION D'ÉNERGIE DIMINUER DE
23 % GRÂCE AUX TECHNOLOGIES ADÉQUATES



CONCEPTION ÉCOLOGIQUE ET CONSTRUCTION

SIÈGE SOCIAL DE RECIPE – QUÊTE DE LA CERTIFICATION LEED OR

Chez Recipe, l'importance que nous accordons à la conception et à la construction écologiques va au-delà de nos restaurants. **En 2008, nous avons construit notre siège social à haut rendement énergétique, doté de la certification LEED Or.**

Tout au long de la conception et de la construction de notre siège social de 100 000 mètres carrés, nous avons mis l'accent sur la création d'un bâtiment à haut rendement énergétique en utilisant, dans la mesure du possible, des matériaux durables, qui offrent un environnement de travail plus sain et plus productif à nos employés et à nos invités. Notre siège social a obtenu une cote LEED Or grâce à plusieurs éléments de conception clés :

- Utilisation de matériaux recyclés et de bois certifiés par des tiers, ainsi que de matériaux à faibles émissions, exempts de polychlorure de vinyle (PVC) et de composés organiques volatils (COV).
- Filtrage du système de CA, distribution localisée et ventilation à récupération d'énergie pour accroître le renouvellement de l'air et en assurer la bonne qualité.
- Efficacité énergétique, en utilisant des éclairages à DEL, des capteurs de luminosité et des systèmes de CVCA à haut rendement énergétique.
- Fenêtres et puits de lumière dans plus de 95 % des espaces de travail pour faire entrer la lumière naturelle.
- Toit blanc réfléchissant pour réduire le plus possible l'effet d'îlot thermique.
- Plus de 90 % de nos déchets de construction n'ont pas été acheminés vers des décharges.
- Bornes de recharge pour véhicules électriques et stationnements prioritaires pour les véhicules respectueux de l'environnement.
- Réduction de la consommation d'eau grâce à des accessoires à faible débit et à un aménagement paysager nécessitant peu d'eau.

RECHARGE DE VÉHICULES CHEZ ST-HUBERT

Depuis juin 2011, Les Rôtisseries St-Hubert figurent parmi les partenaires fondateurs du Circuit électrique, alimenté par Hydro-Québec, un projet révolutionnaire conçu pour réduire les émissions de CO2 liées au transport.

Le Circuit électrique est le premier réseau de bornes de recharge publiques pour véhicules électriques au Québec et au Canada. Les Rôtisseries St-Hubert est d'avoir équipé de bornes de recharge électrique toutes ses rôtisseries où il était possible de le faire : 109 établissements comptent 147 bornes de recharge dont 15, à ce jour, disposent d'au moins une borne de recharge rapide.

CONCEPTION ÉCOLOGIQUE ET CONSTRUCTION

Depuis 2018, St-Hubert achète uniquement des véhicules électriques ou hybrides à mesure qu'il met à niveau le parc de véhicules de livraison de l'entreprise. Actuellement, 10 % de l'ensemble du parc de St-Hubert est soit électrique soit hybride et cette proportion devrait augmenter au cours des prochaines années.



EMBALLAGES DURABLES

Notre objectif est d'offrir une expérience culinaire exceptionnelle, quelle que soit celle choisie par nos clients. Que nos clients se rendent dans l'une de nos salles à manger, qu'ils viennent chercher un repas à savourer à domicile ou qu'ils le fassent livrer, le rôle de l'emballage est essentiel pour nous permettre d'offrir une excellente expérience culinaire. Tout au long de la pandémie de COVID-19, les emballages proposés aux clients ont occupé une place centrale dans nos activités, en nous permettant de transporter efficacement et en toute sécurité de délicieux repas pour nos clients.

DÉFINIR NOTRE STRATÉGIE ET NOS PRINCIPES DIRECTEURS

Ces dernières années, les clients ont affiché un intérêt marqué pour les repas à emporter et les livraisons à domicile, ce qui a entraîné une augmentation des volumes d'emballage de Recipe. Les emballages durables et la réduction de la gestion des déchets sont également des sujets qui ont gagné en importance pour nos clients et les employés de nos restaurants. Ces facteurs nous ont obligés à prendre des mesures pour redéfinir notre stratégie en matière d'emballages durables et à fixer des échéances de mise en œuvre plus ambitieuses.

En tant qu'entreprise ayant des activités partout au Canada, nous naviguons dans un paysage législatif, municipal, provincial et fédéral complexe et souvent fragmenté en ce qui a trait aux matériaux d'emballage et aux articles à usage unique. Certaines municipalités canadiennes ont mis en œuvre des règlements et des services qui, bien souvent, sont contradictoires. Par exemple, dans bon nombre de municipalités, les emballages compostables ou biodégradables finissent souvent dans les décharges en raison de l'absence de réseau de services pour traiter ces matériaux. En outre, les administrations provinciales ont leurs propres systèmes et exigences d'intendance et le gouvernement fédéral met en place des lois pour tenir compte des articles à usage unique et des produits en plastique.

Ces facteurs nous ont incités à définir nos principes directeurs en matière d'emballage durable, que nous utilisons activement pour nous aider à déterminer les améliorations à apporter à nos emballages.



EMBALLAGES DURABLES

PRINCIPES DIRECTEURS DE RECIPES EN MATIÈRE D'EMBALLAGES DURABLES

- Éliminer ou réduire les articles à usage unique, particulièrement le plastique, lorsque cela est possible.
- Remplacer, dans la mesure du possible, les emballages en plastique par des solutions plus durables.
- Accroître la recyclabilité des emballages et des articles à usage unique en les détournant des décharges.
- Augmenter le contenu recyclé de nos emballages pour soutenir l'économie circulaire en créant une demande pour des matériaux recyclés.
- Rechercher des produits d'emballages composés de matériaux dont nous savons qu'ils peuvent être acheminés ailleurs qu'à une décharge, puisque que les installations de recyclage ou de traitement nécessaires existent déjà au Canada.
- Collaborer avec les fournisseurs pour améliorer la qualité des produits d'emballage et les rendre plus davantage abordables.
- Veiller à ce que les caractéristiques des emballages respectent les règlements et les lois municipaux, provinciaux et fédéraux.
- Défendre des approches plus harmonisées concernant les lois sur les articles à usage unique auprès des administrations gouvernementales.



Ces deux dernières années, nous avons collaboré étroitement avec nos marques pour mener 16 projets pilotes et initiatives visant à mieux harmoniser nos emballages et nos principes directeurs. Plusieurs initiatives clés, qui ont augmenté la durabilité générale des emballages de nos restaurants et de nos restaurants franchisés, sont présentées ci-dessous.

EMBALLAGES DURABLES

EN ADOPTANT CES NOUVELLES PRATIQUES :

NOUS AVONS ÉLIMINÉ :



PAILLES EN PAPIER DANS TOUT LE RÉSEAU

**86 MILLIONS DE PAILLES EN PLASTIQUE
CHAQUE ANNÉE DEPUIS 2018**



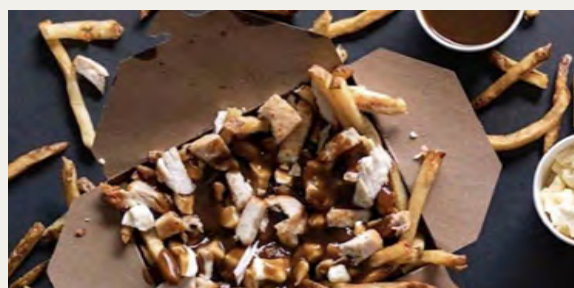
CONTENANTS RÉUTILISABLES DANS TOUT LE RÉSEAU

**8 MILLIONS DE GOBELETS ET CONTENANTS
EN POLYSTYRÈNE CHAQUE ANNÉE DEPUIS 2019**



SACS EN PAPIER DANS TOUT LE RÉSEAU

**23 MILLIONS DE SACS EN PLASTIQUE
CHAQUE ANNÉE DEPUIS 2019**



**CONTENANTS DE FRITES RECYCLABLES ET COMPOSTABLES
ENTIÈREMENT COMPOSÉS DE FIBRES RECYCLÉES CHEZ
NEW YORK FRIES**

**10 MILLIONS DE CONTENANTS NON
RECYCLABLES ET 1,5 MILLION DE COUVERCLES
EN PLASTIQUE CHAQUE ANNÉE DEPUIS 2019**



**EMBALLAGES DOUBLE COQUE RECYCLABLES, ENTIÈREMENT
COMPOSÉS DE BOUTEILLES D'EAU RECYCLÉES CHEZ
SWISS CHALET, EAST SIDE MARIO'S ET HARVEY'S**

**6 MILLIONS D'EMBALLAGES DOUBLE COQUE
NON RECYCLABLES EN PLASTIQUE NOIR
CHAQUE ANNÉE DEPUIS 2020**



En 2020, Recipe avait planifié le lancement du programme « Apportez le vôtre » pour encourager les clients à apporter leurs propres gobelets, sacs et contenants pour les plats et les restes à emporter, tout en maintenant la salubrité alimentaire et en respectant les normes de santé. Bien que la mise en œuvre ait été suspendue en raison des restrictions liées à la COVID-19, cette initiative sera une étape essentielle de notre parcours vers la durabilité. Recipe étudie aussi la mise en place dans nos restaurants de programmes concernant d'emballages à rapporter ou réutilisables.

EMBALLAGES DURABLES



PLEINS FEUX SUR : LES RÔTISSERIES ST-HUBERT

St-Hubert a été à l'avant-garde de la mise en œuvre de pratiques respectueuses de l'environnement dans tous ses restaurants au Canada. En 2009, la marque a repensé les emballages offerts aux clients en mettant l'accent sur trois éléments clés : réduire le volume de matériaux utilisés en supprimant le suremballage et en adoptant des formats de contenants plus petits, en achetant des emballages recyclables ou compostables et en augmentant le volume de matériaux recyclés dans la composition de ses emballages. **Cette année-là, Les Rôtisseries St-Hubert est devenue la première chaîne de restaurant au Québec à n'acheter que des emballages entièrement* recyclables et compostables.**

Des changements qui ont une incidence :

- En 2009, Les Rôtisseries St-Hubert élimine tous les contenants **en polystyrène**.
- Les **boîtes repas** individuelles **sont 6,8 % plus petites** (sans nuire à la qualité du repas et sans avoir d'incidence sur la taille de la portion).
- **Les contenants en plastique** sont **entièrement** composés **de plastique recyclable** à base de polyéthylène téréphtalate (PET).
- Tous les **emballages de plats à emporter ou à livrer*** peuvent être inclus dans les programmes de **collecte sélective porte-à-porte**.
- Depuis les années 1970, Les Rôtisseries St-Hubert utilise des **sangles plutôt que des sacs en plastique** pour fermer les boîtes de repas et en attacher plusieurs ensemble pour les livrer. En 2015, la marque a instauré une machine à sangler qui utilise une sangle recyclable.
- En 2018, St-Hubert a remplacé les **pailles en plastique par des pailles en papier**.
- En 2019, l'utilisation de **sacs en plastique est supprimée** de tous les restaurants.

En adoptant des emballages recyclables qui ne contiennent pas de polystyrène, Les Rôtisseries St-Hubert estime qu'elle **contribue à supprimer 412 tonnes (l'équivalent de 250 camions poubelles) de déchets par an** depuis 2009.

DEPUIS LE LANCEMENT DE SES
EMBALLAGES RECYCLABLES EN 2009,
ST-HUBERT A CONTRIBUÉ À SUPPRIMER
PLUS DE 4 500 TONNES DE DÉCHETS!



* Tous les emballages proposés aux clients dans nos restaurants sont recyclables ou compostables, sauf le couvercle des contenants de sauce.

EMBALLAGES DURABLES



PLEINS FEUX SUR : HARVEY'S

Harvey's continue de mettre l'accent sur la durabilité et de réduire son empreinte dans toutes ses activités pour contribuer à préserver le Canada. Ces deux dernières années, un des centres d'intérêt a été l'adoption d'emballages durables, respectueux de l'environnement dans l'ensemble de son réseau, soit presque 300 restaurants Canada.

Fervent partisan de l'économie circulaire, Harvey's continue d'accroître la quantité de matériaux recyclés contenus dans ses emballages. **À l'heure actuelle, 100 % des emballages de Harvey's se composent de matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés.**

Des changements qui ont une incidence :

- En 2019, Harvey's était l'un des **premiers services de restauration rapide à adopter des pailles en papier.**
- **Les contenants de poutine, les boîtes de frites, les pochettes de tartes et les sacs de plats à emporter ou à livrer** sont composés à **100 % de fibre de papier recyclée.**
- **Les gobelets à condiments** sont composés à **100 % de bambou.**
- **Les couverts** sont composés à **100 % de matériaux recyclés.**
- Chez Harvey's, les menus enfant incluent désormais un **ensemble à planter** au lieu d'un jouet composé de plastique à usage unique.

En utilisant du papier recyclé dans ses emballages, Harvey's estime qu'il contribue à **sauver plus de 5 000 arbres et à empêcher le déversement de 2 millions de litres d'effluents** chaque année.

Inspiré par sa transition vers des emballages à base de papier et reconnaissant l'importance de l'intendance des forêts pour les générations futures, Harvey's a récemment noué un partenariat avec **Arbres Canada**, un organisme national sans but lucratif, dont la vision, énoncée sur son site Web, consiste à améliorer la vie des Canadiens en plantant et en entretenant des arbres tout en enseignant aux gens à en connaître la valeur. En 2021, Harvey's a aidé **à planter au moins 25 000 arbres au pays.**

EN ADOPTANT DES EMBALLAGES
RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT
HARVEY'S CONTRIBUE À PRÉSERVER
LE CANADA

EMBALLAGES DURABLES

Nous sommes fiers que les initiatives que nous avons entreprises ensemble ces dernières années nous aient permis de réaliser des progrès considérables sur notre chemin vers la durabilité, notamment en nous assurant de ce qui suit :

99,7 %*

des emballages et des articles à usage unique seront exempts de SPFA.

71 %*

des emballages en plastique offerts aux clients (à l'exception des articles à usage unique) sont recyclables ou fabriqués à partir de matériaux recyclés.

90 %*

des emballages proposés aux clients (à l'exception des articles à usage unique) sont composés de matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés.

95 %*

des emballages à base de papier (à l'exception des articles à usage unique) sont composés de fibres provenant de fournisseurs certifiés, résolus à promouvoir la croissance et la conservation des forêts.

Bien que nous ayons réalisé des progrès tangibles ces dernières années, nous savons qu'il existe des possibilités supplémentaires d'améliorer la durabilité des emballages utilisés dans nos restaurants.

* Les résultats s'appuient sur les matériaux des emballages primaires (p. ex. contenants, papier d'emballage, gobelets, boîtes sèches) et secondaires (p. ex. sacs en papier, porte-gobelets) achetés tout au long de l'exercice 2020 pour être utilisés dans l'ensemble des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés de notre réseau, ainsi que dans 18 des 46 coentreprises au Canada. Les résultats reflètent des données de toutes les marques à l'exception des établissements de The Keg, de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert. Les objectifs seront réexaminés et pourront être modifiés dès que les données concernant ces marques auront été regroupées.



NOTRE ENGAGEMENT

- D'ici la fin de **2021**, nous **éliminerons les SPFA** de nos emballages et des articles à usage unique.
- Voici les objectifs à atteindre d'ici la fin de **2022** pour la **totalité** des emballages de Recipe :
 - Les **emballages** proposés aux clients (à l'exception des articles à usage unique) seront composés de **matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés**.
 - Les **emballages en plastique** (à l'exception des articles à usage unique) seront **recyclables et dans la mesure du possible, composés de matériaux recyclés**.
 - Les **contenants à base de papier** (à l'exception des articles à usage unique) seront issus de **sources certifiées**, résolues à protéger les forêts.

GESTION DES DÉCHETS

En tant qu'entreprise comptant 1 290 franchises et restaurants exploités en coentreprise au Canada, Recipe connaît parfaitement les difficultés qu'implique la mise en œuvre d'une stratégie exhaustive de gestion des déchets dans un contexte où les normes provinciales et municipales sont disparates et où il existe une mosaïque d'infrastructures pour offrir des services de recyclage ou écologiques fournis par des municipalités dans tout le pays. Nos restaurants sont souvent limités par la disponibilité des infrastructures de collecte des déchets dans leur région.

Les infrastructures de gestion des déchets étant souvent exploitées par des municipalités, les fournisseurs du secteur privé de services de recyclage de matières organiques ou de source unique sont souvent limités aux besoins existants restants lorsque la demande (résidentielle) municipale a été satisfaite. Les besoins restants sont souvent inégaux pour permettre la prestation efficace et continue des services de gestion de déchets aux entreprises, ce qui peut nécessiter que les déchets soient transportés sur une longue distance pour être traités adéquatement ou être acheminés vers des décharges. De plus, la demande pour des matériaux biologiques et recyclés (en tant que sources de nouveaux produits) est, à l'heure actuelle, bien inférieure à la production nationale.

Bien que Recipe travaille avec plusieurs partenaires de gestion des déchets de grande taille qui offrent des services dans plusieurs régions, ces organismes collaborent souvent avec des transporteurs sous-traitants locaux dans les régions où ils ne possèdent pas de parc de véhicules. Cette situation peut souvent contribuer à créer des disparités quant à la disponibilité des données concernant les taux de production et de détournement des déchets de Recipe.



GESTION DES DÉCHETS

En dépit de ces difficultés, plusieurs de nos marques déploient des efforts concertés pour mieux comprendre et gérer leurs déchets et leurs activités de détournement. The Keg et Les Rôtisseries St-Hubert en sont de parfaits exemples.

THE KEG

Dans son approche de gestion des déchets, la marque mobilise les gérants, les employés et les fournisseurs des restaurants pour contribuer à cerner de façon continue les occasions de réduire davantage les déchets dans l'ensemble de la chaîne. Des vérifications et des inspections visuelles régulières liées aux déchets confirment l'efficacité des initiatives de gestion des déchets et permettent de déterminer les éventuelles modifications ou les formations supplémentaires qui peuvent être nécessaires pour améliorer ces activités.

Au Canada, plus de 80 % des 41 restaurants de la marque The Keg participent au programme de détournement des déchets, 27 d'entre eux ayant accès à des services de recyclage et de traitement des matières organiques et 6 autres recevant uniquement des services de recyclage.

En 2020, on estime que The Keg a produit 1508,64 tonnes de déchets opérationnels dans ses établissements et **qu'environ 73 % de ce volume a été détourné des décharges**. De plus, **237,06 tonnes de dépôt de graisse et d'huile de cuisson usée** ont aussi été **détournées des décharges** en Alberta, en Colombie-Britannique et en Ontario et ont été converties en biocarburant ou en aliments pour animaux.

LES RÔTISSERIES ST-HUBERT

En 2010, Les Rôtisseries St-Hubert a lancé son **programme St-Hubert, qui vise à recycler et composter presque tous les déchets produits dans ses restaurants québécois**. Le programme a été mis en œuvre dans tous les restaurants où cela était possible, et environ 80 % de l'ensemble des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés y participent.

Outre la réduction et le recyclage des emballages des restaurants, des articles tels que les matières organiques et les matériaux putrescibles (p. ex. napperons, serviettes, filtres à café, papier hygiénique) sont acheminés à des fins de compostage et sont détournés des décharges. Les Rôtisseries St-Hubert estime que, grâce au programme St-Hubert, **chaque restaurant participant peut détourner, en moyenne, plus de 40 tonnes de matières organiques et putrescibles des décharges chaque année**.

En 2019, en reconnaissance de ce programme de compostage, 110 restaurants Les Rôtisseries St-Hubert ont atteint le niveau de rendement le plus élevé du certificat **ICI on recycle!** décerné par **RECYC-QUÉBEC**, le seul certificat en gestion des déchets au Québec.



GESTION DES DÉCHETS



Bien que l'infrastructure de collecte des déchets accessible à proximité de ses restaurants soit hors du contrôle de Recipe, nous savons que nous pouvons en faire davantage à l'échelle de l'entreprise pour mieux gérer nos déchets. Pour commencer, nous nous devons d'acquérir une compréhension plus complète de nos volumes actuels de déchets opérationnels et de nos taux de détournement et d'obtenir une meilleure visibilité quant à l'infrastructure de gestion des déchets qui existe actuellement au Canada.

Une fois ces renseignements en main, nous serons en mesure de fixer les objectifs de détournement appropriés pour nos établissements au Canada et pourrons veiller à ce que les restaurants de l'entreprise utilisent les services locaux de gestion des déchets qui leur sont offerts. Nous pouvons également miser plus efficacement sur notre envergure pour négocier le meilleur tarif possible pour la fourniture des services de gestion des déchets et inciter les quelque 1 000 restaurants franchisés partenaires à participer au programme local de gestion des déchets en échangeant des pratiques exemplaires, en communiquant les avantages pour l'environnement et en présentant une analyse de rentabilisation pour y parvenir.

Nous reconnaissons également l'importance de notre rôle en tant que représentants de l'industrie dans le cadre du programme Boîte bleue. En 2020, Recipe a versé 1,95 million de dollars en droit de gérance pour financer, de concert avec le gouvernement, l'exploitation des programmes résidentiels Boîte bleue. Nous reconnaissons également la possibilité continue de nouer un partenariat avec nos pairs de l'industrie de la restauration afin d'être mieux représentés devant les autorités législatives, de continuer d'accroître la sensibilisation et de créer une demande pour des services de gestion des déchets plus complets et plus uniformes partout au Canada.

NOTRE ENGAGEMENT

- D'ici la fin de **2022**, nous procéderons à des **audits concernant les déchets** afin de mesurer et de comprendre **les tonnages de référence pour les taux de détrit, de compost, de recyclage et de détournement** chez Recipe, et aurons une **visibilité sur les programmes et les installations de recyclage et de traitement de matières organiques** existants à **proximité** de chacun des **restaurants corporatifs ou des restaurants franchisés**. Cela nous aidera à établir des cibles claires en matière de détournement des déchets de nos établissements au Canada.

RENSEIGNEMENTS PROSPECTIFS

Tous les états prospectifs du présent rapport sur la RSE datent du 27 juin 2021 et sont visés par ces avertissements.

Le présent rapport sur la RSE contient des « renseignements prospectifs » au sens des lois en vigueur sur les valeurs mobilières. Ces renseignements peuvent porter sur les perspectives de Recipe, ainsi que sur des événements et des résultats prévus et peuvent inclure de l'information concernant la situation financière, la stratégie commerciale, la stratégie de croissance, les budgets, les opérations, les résultats financiers, les impôts, les plans et les objectifs de l'entreprise. Les renseignements prospectifs portent plus particulièrement sur les résultats, le rendement, les réalisations et les clients potentiels, les engagements ou les possibilités futurs de Recipe. Dans certains cas, on peut remarquer que ces renseignements, en raison de l'utilisation d'une terminologie prospective comme des « plans », « s'engage », « cible », « s'attend à » ou « ne s'attend pas à », « devrait », « il est possible », « budget », « prévu », « estimations », « prévisions », « entend », « prévoit » ou « ne prévoit pas » ou « estime » ou des déclinaisons de ces mots ou phrases, indiquent que certaines mesures « peuvent », « pourraient » ou « seront » prises, que certains événements « peuvent survenir » « pourraient survenir » ou « surviendront », ou résultats « peuvent être », « pourraient être » ou « seront atteints ».

De l'information prospective sera offerte tout au long du présent rapport sur la RSE, notamment et surtout aux sections « Notre engagement » et dans le tableau récapitulatif des engagements en matière de RSE. Les renseignements prospectifs fournis incluent, entre autres, des déclarations portant sur les aspects suivants de Recipe :

- l'engagement à accroître la diversité des employés et à maintenir en poste les talents issus de divers groupes de population;
- le fait d'envisager de lier la rémunération des membres de l'ECS et des employés occupant des postes supérieurs de Recipe aux objectifs en matière de RSE;
- l'engagement à l'égard des objectifs énoncés en matière d'approvisionnement alimentaire durable;
- l'intention d'offrir la possibilité de choisir différents menus enfant sains;
- l'amélioration des processus quant à l'approvisionnement en nourriture et à la nourriture excédentaire;
- les objectifs en matière de réduction de la consommation d'énergie et d'eau;
- l'élimination des SPFA et l'augmentation de l'utilisation d'emballages durables;
- les processus et les objectifs de gestion des déchets.

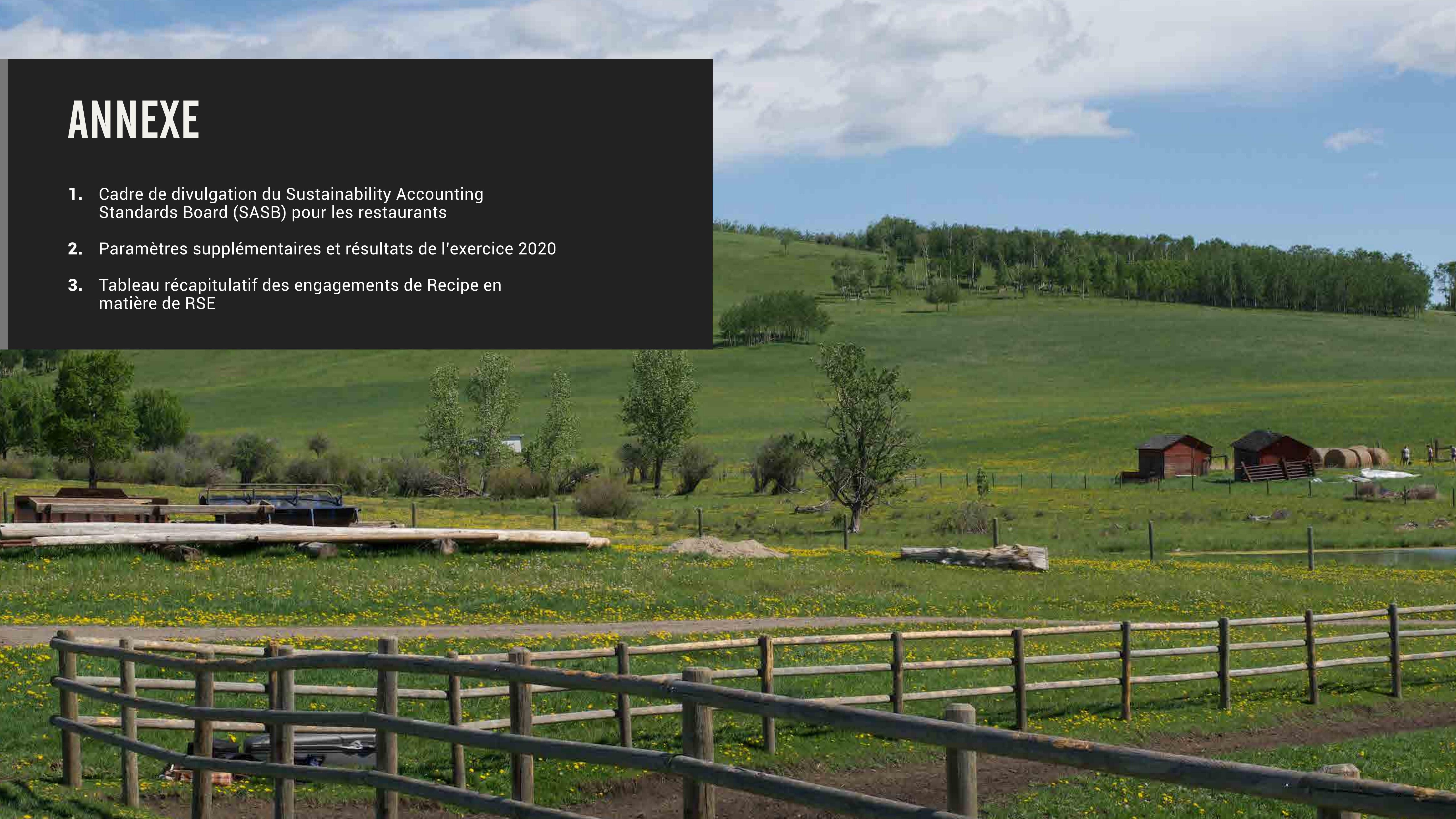
Ces déclarations et d'autres renseignements prospectifs s'appuient sur des opinions, des hypothèses et des estimations formulées par Recipe à la lumière de son expérience et de la perception des tendances historiques, des circonstances actuelles et des évolutions à venir, ainsi que d'autres facteurs qui, selon l'entreprise, sont appropriés et raisonnables dans les circonstances. Toutefois, on ne peut garantir que ces estimations et hypothèses se révéleront justes.

Les renseignements prospectifs reposent nécessairement sur un certain nombre d'opinions, d'hypothèses et d'estimations qui, lorsque Recipe les juge raisonnables à la date où elles sont formulées, sont l'objet de risques connus ou inconnus, d'incertitudes, d'hypothèses et d'autres facteurs susceptibles de faire en sorte que les résultats, le niveau d'activité, le rendement ou les réalisations réels diffèrent sensiblement de celles exprimées ou sous-entendues par ces renseignements, notamment, sans s'y limiter, les facteurs suivants, dont bon nombre sont décrits plus en détail à la section « Facteurs de risques » du Formulaire annuel d'information daté du 25 mars 2021 et accessible sur le site Web de SEDAR à l'adresse www.sedar.com : l'élaboration et l'exécution des stratégies de mise en œuvre permettant d'atteindre les objectifs et de tenir les engagements énoncés de Recipe; des événements imprévus pendant les activités; un retard dans la réception des approbations nécessaires du Conseil ou l'absence de ces approbations; la capacité de Recipe à mettre en œuvre toute technologie nécessaire pour atteindre les objectifs et respecter les engagements de manière efficace; la capacité de Recipe à mettre en œuvre les modifications opérationnelles requises; la viabilité commerciale et la viabilité des stratégies de consommation d'énergie et d'eau; sa capacité à déployer le capital suffisant afin de financer les dépenses pour mettre en œuvre les modifications opérationnelles requises qui lui permettront de tenir ses engagements; l'apparition et l'essor d'une demande produits et solutions durables sur le marché final; le rendement des tiers; la conjoncture générale mondiale sur les plans économique, des marchés et commercial; la fluctuation des résultats opérationnels trimestriels; l'industrie de la restauration en général; la concurrence d'autres franchisés; le contrôle de la qualité et les préoccupations liées à la santé; les questions de salubrité alimentaire et de santé publique; les atteintes à la sécurité et la confidentialité des renseignements sur les clients; les dommages causés par la COVID-19 (coronavirus) à la réputation de Recipe; la disponibilité et la qualité des matières premières; la dépendance vis-à-vis de fournisseurs; la croissance de Recipe, des restaurants franchisés; les frais de franchisage et autres revenus; les relations avec les restaurants franchisés; l'ouverture de nouveaux restaurants; l'intégration d'acquisitions et l'expansion des marques; la réalisation des synergies prévues pour les acquisitions; les possibilités de délivrance de licences de vente au détail; la saisonnalité et le climat; les règlements qui régissent les boissons alcoolisées; les lois concernant les employés; la dépendance par rapport aux membres clés du personnel; les activités de syndicalisation qui pourraient perturber les activités de Recipe; la dépendance vis-à-vis des technologies d'information; la propriété intellectuelle; les poursuites judiciaires; la réglementation; et la couverture d'assurance de Recipe. Ces facteurs et hypothèses ne se veulent pas une liste complète des facteurs et hypothèses qui pourraient nuire à Recipe ou sa capacité à atteindre ses objectifs et ses engagements. Toutefois, il conviendrait de tenir compte de ces facteurs.

Bien que Recipe a tenté de cerner les facteurs importants qui pourraient faire que les résultats réels diffèrent considérablement de ceux indiqués dans les renseignements prospectifs, les résultats pourraient ne pas être ceux anticipés, estimés ou souhaités en raison d'autres facteurs. On ne peut garantir que ces renseignements se révèlent exacts, puisque les résultats, les événements futurs pourraient être très différents de ceux annoncés dans les renseignements prospectifs. Par conséquent, les lecteurs ne devraient pas trop se fier aux renseignements prospectifs. Recipe n'envisage pas de mettre à jour les renseignements prospectifs contenus dans le présent document, sauf si les lois en vigueur sur les valeurs mobilières l'exigent.

ANNEXE

1. Cadre de divulgation du Sustainability Accounting Standards Board (SASB) pour les restaurants
2. Paramètres supplémentaires et résultats de l'exercice 2020
3. Tableau récapitulatif des engagements de Recipe en matière de RSE



1. CADRE DE DIVULGATION DU SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB) POUR LES RESTAURANTS

Recipe s'engage à produire des rapports de façon plus transparents sur ses priorités et ses résultats en matière de RSE ou de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Pour veiller à ce que nos rapports reflètent les sujets pertinents, nous les produirons en tenant compte du cadre volontaire de divulgation du Sustainability Accounting Standards Board (SASB) pour les restaurants.

Le SASB est un organisme indépendant qui établit, définit et maintient des normes spécifiques à l'industrie, qui aident les entreprises à divulguer des renseignements importants sur le plan financier et qui sont utiles aux investisseurs en matière de durabilité (p. ex. critères ESG).

Les renseignements fournis dans les pages qui suivent reflètent les résultats de Recipe au Canada (où se trouvent 96 % de nos restaurants) pour l'exercice financier qui s'est achevé le 27 décembre 2020, selon les paramètres du SASB pour les restaurants. Le présent rapport met l'accent sur les restaurants corporatifs et les restaurants franchisés – les entités pour lesquelles des données étaient disponibles. Sauf indication contraire, nous avons exclu des résultats nos 46 coentreprises ainsi que toutes celles situées aux États-Unis ou à l'étranger. Toutes les données financières sont présentées en dollars canadiens.

Ce rapport constitue une étape importante du parcours de Recipe en matière de RSE. Il reflète notre premier effort collectif visant à réunir de l'information sur nos résultats en matière d'ESG pour nos 25 marques et à la communiquer de façon claire et normalisée. Si, dans certains cas, nous ne disposons pas de toutes les données nécessaires pour fournir des renseignements exhaustifs concernant un paramètre particulier du SASB ou étions en train de les réunir au moment de la publication du présent rapport, nous avons utilisé, à leur place, un aperçu qualitatif de notre approche et de nos résultats.

Afin de mieux cerner les domaines où nous pouvons renforcer davantage nos processus de production de rapport ainsi que l'ampleur de ces processus pour l'exercice 2021 et au-delà, il a été essentiel de produire un rapport qui tient compte des paramètres du SASB pour l'exercice 2020.

1. CADRE DE DIVULGATION DU SASB : RESTAURANTS (1/6)

SUJET	PARAMÈTRE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Gestion de l'énergie	(1) Quantité totale d'énergie consommée, (2) pourcentage provenant du réseau électrique, (3) pourcentage d'énergie renouvelable FB-RN-130a.1	Gigajoules (GJ), pourcentage (%)	(1) 364 501 GJ (101 250 257 kWh-e) (2) 32 % de l'énergie consommée par Recipé provenait du réseau électrique, (3) 0 %, car nous ne contrôlons pas les différentes sources de production d'électricité de notre réseau. Toutefois, nous estimons que 30 % des sources d'électricité du réseau sont renouvelables. Les résultats s'appuient sur des données liées à l'énergie (p. ex. consommation d'électricité ou de gaz) disponibles dans 182 établissements au Canada pour lesquels nous disposons d'au moins un (1) mois de données au cours de l'exercice 2020 : 2 sièges sociaux, 1 établissement traiteur et 179 restaurants (dont 11 coentreprises). Les résultats n'incluent pas les établissements de 1909 Taverne Moderne, d'Anejo, de Blanco, de Casey's, de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.
Gestion de l'eau	(1) Volume total d'eau prélevée, (2) volume total d'eau consommée, (3) pourcentage de chaque volume dans les régions affichant un stress hydrique de référence élevé ou très élevé FB-RN-140a.1	Milliers de mètres cubes (m ³), pourcentage (%)	(1) 204 978 m ³ (2) Ces données ne sont pas disponibles en raison de restrictions de mesures et de suivi des débits d'eau dans nos établissements (retour aux sources municipales). Les résultats s'appuient sur des données de prélèvement d'eau disponibles dans 69 établissements au Canada et pour lesquels nous disposons d'au moins un (1) mois de données au cours de l'exercice 2020 : 2 sièges sociaux, 1 établissement traiteur et 66 restaurants (dont 6 coentreprises). Les résultats n'incluent pas les établissements de 1909 Taverne Moderne, d'Anejo, de Blanco, de Casey's, d'Elephant and Castle, de New York Fries, d'Ultimate Kitchens, de The Burger's Priest, de Fresh, de The Keg et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert. (3) Au 27 décembre 2020, 80 des 1 290 (6 %) restaurants canadiens se trouvaient dans des zones affichant un stress hydrique de référence classifié à l'aide d'Aqueduct, l'outil mondial du risque (Water Risk Atlas) du World Resources Institute's (WRI). Sur les 69 établissements canadiens pour lesquels nous disposons de données sur les prélèvements d'eau, 11 (16 %) se trouvent dans des régions (l'Alberta et la Saskatchewan) qui affichent des données de base élevées ou extrêmement élevées en matière de stress hydrique et représentent environ 16 % (32 462 m ³ des 204 978 m ³) du volume total prélevé par Recipé au cours de l'exercice 2020.
Gestion des déchets alimentaires et d'emballage	(1) Quantité totale de déchets, (2) pourcentage de déchets alimentaires et, (3) pourcentage détournés FB-RN-150a.1	Tonnes métriques (t), pourcentage (%)	Recipé dispose de données limitées dans ce domaine pour l'exercice 2020. Nos données les plus solides proviennent de notre marque The Keg, qui estime (1) que la quantité de déchets s'élève à 1 508,64 tonnes, (2) que 50 % de ces déchets sont de nature organique et (3) que le taux global de détournement a été de 73 % au cours de l'exercice 2020. Ces résultats s'appuient sur 33 (des 41) restaurants The Keg de l'entreprise au Canada, dont 33 disposent de services de recyclage et 27 de services de traitement de matières organiques. De manière plus générale, le principal partenaire de Recipé en matière de gestion des déchets, qui collabore avec 204 restaurants au Canada, estime ce qui suit : sur un total de 248,5 tonnes de matières transportées, 148 tonnes sont des déchets, 2,5 tonnes sont des déchets organiques et 98 tonnes sont destinées au recyclage. Ces valeurs sont des estimations approximatives fondées sur la facturation totale de l'exercice 2020 et n'incluent pas The Keg, The Burger's Priest, Fresh et St-Hubert.
	(1) Poids total des emballages, (2) pourcentage des emballages composés de matières recyclées ou renouvelables et, (3) pourcentage d'emballages recyclables, réutilisables ou compostables FB-RN-150a.2	Tonnes métriques (t), pourcentage (%) par poids	(1) 8405,71 tonnes métriques, (2) 66 %, (3) 81 % Les résultats s'appuient sur les matériaux des emballages primaires (p. ex. contenants, papier d'emballage, gobelets, boîtes sèches), secondaires (p. ex. sacs en papier, porte-gobelets) et des articles à usage unique achetés tout au long de l'exercice 2020 pour être utilisés dans l'ensemble des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés de notre réseau ainsi que dans 18 des 46 coentreprises au Canada. Les résultats reflètent les données de l'ensemble des marques, à l'exception des établissements de The Keg, de The Burger's Priest, de Fresh et des établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.

1. CADRE DE DIVULGATION DU SASB : RESTAURANTS (2/6)

SUJET	PARAMÈTRE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Salubrité alimentaire	(1) Pourcentage de restaurants inspectés par un organisme de surveillance de la salubrité alimentaire, (2) pourcentage des restaurants pour lesquels des infractions graves ont été observées FB-RN-250a.1	Pourcentage (%)	(1) 63 % (773/1 219) des établissements ont été inspectés au moins une fois par la Santé publique (2) pour 10 % (77/773) des restaurants inspectés par la Santé publique, au moins une violation grave a été observée Les résultats reflètent les données de l'exercice 2020 disponibles pour le Canada dans tous les restaurants et marques de l'entreprise et des franchisés de notre réseau. Nous avons exclu 46 coentreprises canadiennes ainsi que nos établissements américains et étrangers. Aucune donnée d'inspection de santé publique n'était disponible pour le Manitoba (où se trouvent 4 restaurants corporatifs et 21 établissements franchisés). La fréquence et le lieu de l'inspection sont déterminés uniquement par l'organisme chargé de l'inspection de santé publique et non par Recipe.
	(1) Nombre de rappels émis, (2) nombre total de produits alimentaires rappelés FB-RN-250a.2	Nombre, tonnes métriques (t)	(1) L'Agence canadienne d'inspection des aliments a émis un rappel de classe III concernant la tourtière Salisbury de Montana's, le 19 novembre 2020. Ce rappel volontaire découlait d'un entreposage inadéquat du produit par notre partenaire détaillant, ce qui a entraîné une rupture de la chaîne de froid, l'altération du produit et l'apparition de moisissures. Le rappel visait uniquement la Nouvelle-Écosse et l'Ontario. (2) 15,6975 tonnes ont été rappelées.
	(1) Nombre d'infections d'origine alimentaire, (2) pourcentage provenant d'une enquête des Centers for Disease Control and Prevention (CDC) américains FB-RN-250a.3	Nombre, pourcentage (%)	(1) Zéro (2) 0 %

1. CADRE DE DIVULGATION DU SASB : RESTAURANTS (3/6)

SUJET	PARAMÈTRE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Valeur nutritive	<p>(1) Pourcentage de choix de menus cohérent par rapport aux directives nationales alimentaires, (2) recettes générées par ces choix</p> <p>FB-RN-260a.1</p>	<p>Pourcentage (%), devise du rapport</p>	<p>(1) Nos marques sont connues de nos clients pour leurs plats réconfortants exceptionnels. Nos marques offrent actuellement aux clients soucieux des aspects nutritionnels un certain nombre de choix plus sains. Nous avons examiné les principaux menus de Swiss Chalet, Harvey's, Montana's, Kelseys, East Side Mario's, New York Fries, Prime Pubs, Milestones, Pickle Barrel, Original Joe's, Landing, Bier Markt, Elephant & Castle, The Keg, State and Main et Les Rôtisseries St-Hubert pour déterminer les choix qui, selon nous, sont les plus sains au regard des critères établis par Recipe et qui reflètent le Guide alimentaire canadien : Lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation. Ces critères :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incluent les choix comprenant des légumes et des salades, mais excluent les choix assaisonnés qui, une fois préparés, ont des caractéristiques qui les rapprochent considérablement d'un choix habituellement considéré comme étant peu sain par les clients (p. ex. salade César assaisonnée, puisque sa teneur en calories est comparable à celle des frites et qu'elle présente une teneur considérablement plus élevée en sodium) • Incluent des choix qui sont habituellement accompagnés d'une trempette, mais que le client peut mettre de côté avant de les consommer (p. ex. poulet servi avec une sauce Chalet dans un ramequin) • Excluent les produits qui font l'objet d'une transformation qui accroît la teneur en gras, en sucre et en sodium (p. ex. friture, ajout de sauces à teneur élevée en sucre et en sodium, confisage, etc.) • Excluent les produits intrinsèquement élevés en gras ou en gras saturés, comme le bœuf, l'agneau et le porc. Incluent les produits à base de plantes et de protéines maigres (p. ex. tofu, poisson, poulet) <p>Nous estimons qu'environ 20 % des choix de repas proposés par ces marques (p. ex. hors-d'œuvre, entrées, plats principaux et accompagnements) sont plus sains en fonction des critères ci-dessus. Les desserts, les boissons et les choix des menus enfant n'ont pas été inclus dans l'analyse.</p> <p>(2) En 2020, nous estimons à environ 311,43 millions de dollars le montant des recettes générées par les choix de menus plus sains pour l'ensemble de nos restaurants au Canada. Pour nos marques Swiss Chalet et Harvey's, le chiffre d'affaires issu d'offres limitées dans le temps, d'offres proposées exclusivement « en dehors des restaurants » et de formules de repas (p. ex. repas en promotion, formules familiales, soupers pour deux) comprenant un choix de menu sain accompagné de diverses combinaisons moins saines (entrées ou accompagnements) n'a pas été pris en compte dans l'estimation des recettes, compte tenu de la complexité de l'établissement d'un coût précis pour chaque composant de la formule.</p>
	<p>(1) Pourcentage de choix de menus enfant cohérent par rapport aux directives nationales alimentaires pour les enfants, (2) recettes générées par ces choix</p> <p>FB-RN-260a.2</p>	<p>Pourcentage (%), devise du rapport</p>	<p>(1) Nous avons également examiné les principaux menus enfant de Swiss Chalet, Harvey's, Montana's, Kelseys, East Side Mario's, Prime Pubs, Milestones, Pickle Barrel, Original Joe's, Landing, Bier Markt, Elephant & Castle, The Keg, State and Main et Les Rôtisseries St-Hubert afin de déterminer les menus enfant proposés que nous considérons plus sains au regard des critères établis par Recipe et qui reflètent le Guide alimentaire canadien : Lignes directrices canadiennes en matière d'alimentation. Ces critères :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incluent les choix comprenant des légumes et des salades, mais excluent les choix assaisonnés qui, une fois préparés, ont des caractéristiques qui les rapprochent considérablement d'un choix habituellement considéré comme étant peu sain par les clients (p. ex. salade César assaisonnée, puisque sa teneur en calories est comparable à celle des frites et qu'elle présente une teneur considérablement plus élevée en sodium) • Incluent des choix qui sont habituellement accompagnés d'une trempette, mais que le client peut mettre de côté avant de les consommer (p. ex. poulet servi avec une sauce Chalet dans un ramequin) • Excluent les produits qui font l'objet d'une transformation qui accroît la teneur en gras, en sucre et en sodium (p. ex. friture, ajout de sauces à teneur élevée en sucre et en sodium, confisage, etc.) • Excluent les produits intrinsèquement élevés en gras ou en gras saturés, comme le bœuf, l'agneau et le porc. Incluent les produits à base de plantes et de protéines maigres (p. ex. tofu, poisson, poulet) <p>Nous estimons qu'environ 11 % des choix de repas pour enfants proposés par ces marques sont plus sains en fonction des critères ci-dessus. Les desserts et les boissons n'ont pas été inclus dans l'analyse.</p> <p>(2) En 2020, nous estimons que, pour l'ensemble de nos restaurants au Canada, les recettes découlant de ses choix de menus enfant plus sains s'élèvent à 3,17 millions de dollars.</p>

1. CADRE DE DIVULGATION DU SASB : RESTAURANTS (4/6)

SUJET	PARAMÈTRE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020																														
Valeur nutritive	(1) Nombre d'impressions publicitaires réalisées à l'intention des enfants, (2) pourcentage de celles qui respectent les directives nationales alimentaires pour les enfants FB-RN-260a.3	Nombre, pourcentage (%)	Nos données n'affichent pas un niveau de spécificité suffisant pour cerner le résultat par rapport à ce paramètre durant l'exercice 2020. Recipé comprend et effectue un suivi actif des normes et lignes directrices liées à la publicité destinée aux enfants.																														
Pratiques de travail	(1) Taux de roulement volontaire et (2) involontaire des employés des restaurants FB-RN-310a.1	Taux	(1) 60 % (4 560/7 640), (2) 25 % (1 948/7 640) Compte tenu de la variation importante du nombre d'employés durant l'exercice 2020 en raison des restrictions et des fermetures liées à la COVID-19, nous avons utilisé le nombre moyen de 7 640 employés (salariés et rémunérés à l'heure) des restaurants corporatifs pour calculer les taux de roulement des employés de ces restaurants pour toutes les marques, au Canada, à l'exception de The Burger's Priest et Fresh. Les employés des restaurants des franchisés et des coentreprises ne sont pas inclus dans ce résultat.																														
	(1) Salaire horaire moyen, par région, (2) pourcentage d'employés des restaurants rémunérés au salaire minimum (hors pourboires), par région FB-RN-310a.2	Devis du rapport, pourcentage (%)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Emplacement des restaurants corporatifs</th> <th>(1) Salaire horaire moyen *</th> <th>(2) Pourcentage d'employés des restaurants rémunérés au salaire minimum</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alberta</td> <td>16,62 \$</td> <td>36 %</td> </tr> <tr> <td>Colombie-Britannique</td> <td>16,77 \$</td> <td>37 %</td> </tr> <tr> <td>Manitoba</td> <td>13,26 \$</td> <td>36 %</td> </tr> <tr> <td>Nouveau-Brunswick</td> <td>12,97 \$</td> <td>59 %</td> </tr> <tr> <td>Nouvelle-Écosse</td> <td>16,58 \$</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Ontario</td> <td>15,80 \$</td> <td>32 %</td> </tr> <tr> <td>Québec</td> <td>13,90 \$</td> <td>41 %</td> </tr> <tr> <td>Saskatchewan</td> <td>13,31 \$</td> <td>54 %</td> </tr> <tr> <td>Canada</td> <td>15,90 \$</td> <td>37 %</td> </tr> </tbody> </table> <p>Pour lutter contre la pandémie de COVID-19 et pour souligner le rôle essentiel des employés de première ligne de nos restaurants, Recipé a versé une prime de remerciement d'environ deux dollars l'heure à ceux qui ont continué de travailler dans les restaurants corporatifs au Canada. La rémunération de « remerciement » a été versée entre deux et six mois, selon la marque.</p> <p>Les résultats reflètent les données de décembre 2020, soit les 3 720 employés rémunérés à l'heure des restaurants corporatifs, pour toutes les marques au Canada, à l'exception de The Burger's Priest et Fresh. Les employés des franchisés et des coentreprises ne sont pas inclus dans ce résultat.</p> <p>* Les données concernant les 1 343 employés rémunérés à l'heure des restaurants Keg inclus dans le paramètre (1) Rémunération horaire moyenne, n'incluent pas les pourboires étant donné qu'ils ne font l'objet d'aucun suivi par la marque.</p>	Emplacement des restaurants corporatifs	(1) Salaire horaire moyen *	(2) Pourcentage d'employés des restaurants rémunérés au salaire minimum	Alberta	16,62 \$	36 %	Colombie-Britannique	16,77 \$	37 %	Manitoba	13,26 \$	36 %	Nouveau-Brunswick	12,97 \$	59 %	Nouvelle-Écosse	16,58 \$	0 %	Ontario	15,80 \$	32 %	Québec	13,90 \$	41 %	Saskatchewan	13,31 \$	54 %	Canada	15,90 \$	37 %
	Emplacement des restaurants corporatifs	(1) Salaire horaire moyen *	(2) Pourcentage d'employés des restaurants rémunérés au salaire minimum																														
Alberta	16,62 \$	36 %																															
Colombie-Britannique	16,77 \$	37 %																															
Manitoba	13,26 \$	36 %																															
Nouveau-Brunswick	12,97 \$	59 %																															
Nouvelle-Écosse	16,58 \$	0 %																															
Ontario	15,80 \$	32 %																															
Québec	13,90 \$	41 %																															
Saskatchewan	13,31 \$	54 %																															
Canada	15,90 \$	37 %																															
Montant total des pertes financières résultant de poursuites juridiques liées(1) à des infractions au droit du travail et (2) à de la discrimination en matière d'emploi FB-RN-310a.3	Devise du rapport	Les pertes financières résultant de poursuites juridiques liées à des infractions au droit du travail et à une discrimination en matière d'emploi pendant la période visée étaient minimales.																															

1. CADRE DE DIVULGATION DU SASB : RESTAURANTS (5/6)

SUJET	PARAMÈTRE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Gestion de la chaîne d'approvisionnement et sources d'approvisionnement	Pourcentage d'aliments achetés qui (1) respectent les normes environnementales et sociales en ce qui a trait aux sources alimentaires et (2) sont certifiés selon les normes environnementales ou sociales d'un tiers FB-RN-430a.1	Pourcentage (%) par coût	<p>Pour la réunion des données, nous avons mis l'accent sur les catégories alimentaires importantes suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bœuf : 11 % du bœuf acheté était certifié « élevé sans antibiotiques » (9,57 millions de dollars des 85,36 millions de dollars achetés). • Bœuf : 4 % du bœuf acheté était certifié par la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (3,09 millions de dollars des 85,36 millions de dollars achetés). • Fruits de mer : 73 % des fruits de mer achetés étaient certifiés (19,78 millions de dollars des 27,10 millions de dollars achetés). • Café : 25 % du café acheté a été certifié par un tiers (384 000 \$ sur 1,54 million de dollars achetés). <p>Dans l'ensemble, 29 % de la nourriture achetée dans ces trois catégories d'aliments ont été certifiés selon des normes environnementales et sociales, ou les respectent. Les résultats reflètent les achats de bœuf, de fruits de mer et de café effectués durant l'exercice 2020 pour l'ensemble des marques et des restaurants de Recipe au Canada, excepté les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et des établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p>
	Pourcentage (1) d'œufs issus d'un élevage de poules élevées en liberté et (2) du porc provenant d'élevages qui n'utilisent pas de cages de gestation FB-RN-430a.2	Pourcentage (%) par nombre, pourcentage (%) par poids	<p>(1) Au total, 94 % des œufs que nous avons utilisés durant l'exercice 2020 étaient issus de fournisseurs élevant des poules en liberté. Ce résultat exclut les produits préparés dont le processus de fabrication comprend des œufs et des produits à base d'œufs. Il exclut également les produits à base d'œufs liquides. Fin 2020, Recipe a effectué une transition réussie en achetant tous ses œufs en coquille et produits à base d'œufs liquides à des élevages de poules élevées en liberté.</p> <p>Les résultats reflètent les achats d'œufs durant l'exercice 2020 pour l'ensemble des marques et restaurants de Recipe au Canada, à l'exception de The Burger's Priest, Fresh et The Keg, dont les menus n'incluent pas d'œufs en coquille ou de produits à base d'œufs.</p> <p>(2) Sur les 2 946 647 kg de porc achetés au cours de l'exercice 2020, 74 % ont été achetés auprès de trois fournisseurs clés, les 26 % restants ayant été achetés auprès de petits producteurs. Nos trois principaux fournisseurs de porc se sont engagés à délaissé les cages de gestation et s'en sont fait un objectif. Recipe est fière de les soutenir dans leurs efforts. Pour mieux comprendre l'utilisation de cages de gestation dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement porcine, Recipe recueille actuellement des renseignements supplémentaires auprès de ses petits fournisseurs sur l'utilisation qu'ils font actuellement de ces cages et sur leurs objectifs de transition. Nous disposerons de plus amples renseignements à communiquer à ce sujet dans notre rapport sur la RSE de l'exercice 2021.</p> <p>Les résultats reflètent les achats de porc effectués durant l'exercice 2020 pour l'ensemble des marques et des restaurants de Recipe au Canada, à l'exception des établissements de The Burger's Priest, de Fresh et des établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p>
	Discussion quant à la stratégie permettant de gérer les risques environnementaux et sociaux au sein de la chaîne d'approvisionnement, notamment le bien-être animal FB-RN-430a.3	S.O.	Veuillez vous reporter à la rubrique Sources durable d'aliments (pages 41-48) du présent rapport pour obtenir de l'information sur les priorités liées aux sources d'approvisionnement de Recipe en ce qui a trait aux risques environnementaux et sociaux cernés, y compris le bien-être animal.

1. CADRE DE DIVULGATION DU SASB : RESTAURANTS (6/6)

SUJET	PARAMÈTRE COMPTABLE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Paramètres liés à l'activité	<p>Nombre de restaurants (1) appartenant à l'entreprise, (2) franchisés</p> <p>FB-RN-000.A</p>	<p>Nombre</p>	<p>Sur nos 1341 restaurants dans le monde, (1) 210 appartiennent à l'entreprise, (2) 1 085 sont des établissements franchisés et 46 sont des coentreprises.</p> <p>Au Canada, nous comptons 1 290 établissements au total, dont : 195 appartiennent à l'entreprise, 1 049 sont des établissements franchisés et 46 sont des coentreprises.</p> <p>Nombre de restaurants au 27 décembre 2020.</p>
	<p>Nombre d'employés des restaurants appartenant (1) à l'entreprise, (2) à des établissements franchisés</p> <p>FB-RN-000.B</p>	<p>Nombre</p>	<p>(1) Le nombre d'employés a considérablement varié tout au long de l'exercice 2020 en raison des restrictions, des confinements et des fermetures liés à la COVID-19, qui ont commencé en mars 2020. En janvier 2020, nous avons entamé l'année avec 11 908 employés et l'avons terminée, en décembre 2020, avec 5 556 employés. Au cours de l'exercice 2020, le nombre moyen d'employés était de 8 889.</p> <p>Les résultats reflètent les données disponibles, soit le nombre d'employés du siège social, du centre d'appel, des établissements de vente au détail et des usines, ainsi que des restaurants corporatifs (rémunérés à l'heure et salariés), pour toutes les marques au Canada, à l'exception de The Burger's Priest et Fresh. Les employés des franchisés et des coentreprises ne sont pas inclus dans ce résultat.</p> <p>(2) Nous ne disposons pas de ces données pour l'exercice 2020. Recipé met en place des mécanismes qui lui permettront de produire un rapport sur les estimations d'effectifs des franchisés pour l'exercice 2021.</p>

2. PARAMÈTRES SUPPLÉMENTAIRES ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2020

Outre la production d'un rapport sur les résultats de l'exercice 2020, en conformité avec le cadre de divulgation de la SASB pour les restaurants, Recipe a décidé de présenter également ses résultats par rapport à plusieurs paramètres supplémentaires concernant les piliers liés aux gens et à la planète qui, selon nous, sont importants pour nos activités et que nous surveillons aujourd'hui ou nous prévoyons de surveiller régulièrement à l'avenir.

Les renseignements fournis dans les pages qui suivent reflètent les résultats de Recipe au Canada (où sont situés 96 % de nos restaurants) pour l'exercice financier qui s'est achevé le 27 décembre 2020. Les rapports produits ont mis l'accent sur les restaurants corporatifs et les restaurants franchisés, les entités pour lesquelles des données étaient disponibles. Sauf indication contraire, nous avons exclu des résultats nos 46 coentreprises et tous les établissements situés aux États-Unis ou à l'étranger. Toutes les données financières sont présentées en dollars canadiens.

2. PARAMÈTRES SUPPLÉMENTAIRES ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2020 (1/4)

PILIER GENS

GENS	PARAMÈTRE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Talent et mobilisation des employés	(1) Taux de roulement volontaire et (2) involontaire des employés du siège social	Taux	(1) 12 % (107/874) (2) 22 % (189/874) Compte tenu de la variation importante du nombre d'employés durant l'exercice 2020 en raison des restrictions et des fermetures entraînées par la COVID-19, nous avons utilisé, pour le siège social, un nombre moyen d'employés salariés en 2020 afin de calculer les taux de roulement.
Avantages sociaux et rémunération	Rémunération du chef de la direction/ Enlever espace en trop rémunération mo-yenne des employés	Ratio	20.1 : 1 Les résultats s'appuient sur les données de rémunération de l'exercice 2020 qui apparaissent dans le SIRH de Recipe pour les employés du siège social et ceux des restaurants corporatifs, qu'ils soient salariés ou rémunérés à l'heure, pour toutes les marques, à l'exception de The Burger's Priest, Fresh, The Keg et Les Rôtisseries St-Hubert. L'ensemble des données sur la rémunération pour l'exercice 2020 inclut le salaire de base, un régime de mesures incitatives à court terme (employés admissibles) et un régime de mesures incitatives à long terme (employés admissibles). Nous avons utilisé les taux horaires des employés de l'entreprise rémunérés à l'heure pour estimer leur salaire annualisé. Compte tenu des importantes répercussions de la COVID-19 sur les employés de première ligne et sur les activités des restaurants de Recipe, le chef de la direction, l'équipe de direction et d'autres cadres supérieurs ont reçu un salaire réduit en 2020. Nous avons utilisé les salaires réduits des employés concernés pour calculer ce résultat.
Mieux-être des employés	Taux d'incidents entraînant une perte de temps (IEPT), calculé comme suit : Nombre total d'incidents entraînant une perte de temps x 200 000 / nombre total d'heures travaillées par tous les employés (y compris les heures supplémentaires)	Taux	En 2020, notre IEPT était de 2,10. Les résultats s'appuient sur les données disponibles pour les employés du siège social, ceux des établissements (salariés ou rémunérés à l'heure) pour l'ensemble de nos marques au Canada, à l'exception de The Burger's Priest et Fresh. Ces résultats incluent également les employés des établissements de production et de vente au détail de St-Hubert. Les employés des restaurants franchisés et des coentreprises ne sont pas inclus dans ce résultat.
Apprentissage et perfectionnement	(1) Nombre moyen d'heures de formation par employé et (2) nombre de participants aux programmes de formation	Nombre	(1) En moyenne, les employés-étudiants ont effectué 7,5 heures de formation sur la conformité en général et sur les marques en particulier, par l'entremise de nos plateformes d'apprentissage en ligne, notamment RU Game. (2) Au total, plus de 19 000 employés-étudiants de l'entreprise et des restaurants franchisés ont utilisé nos plateformes d'apprentissage ludique (RU Game) et d'A et P (RU Leading).

2. PARAMÈTRES SUPPLÉMENTAIRES ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2020 (2/4)

PILIER GENS

GENS	PARAMÈTRE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPE EN 2020
Diversité, équité et inclusion	Diversité du conseil d'administration par (1) genre ou (2) minorité visible	Nombre	<p>Sur huit membres du conseil, on compte : (1) six hommes et deux femmes et (2) deux personnes membres de minorités visibles</p> <p>Compte tenu des récents changements apportés à la composition du conseil d'administration, nous présentons les résultats en date de mai 2021. Recipe peaufine actuellement les dimensions et les définitions de la diversité que nous utilisons aux fins d'auto-identification. Ces changements seront reflétés dans le rapport de RSE de l'an prochain.</p>
	Diversité de l'équipe de direction de Recipe par (1) genre ou (2) minorité visible	Nombre	<p>Sur les 10 membres de l'équipe de direction, on compte : (1) neuf hommes et une femme et (2) personne n'est membre d'un groupe des minorités visibles</p> <p>Les résultats s'appuient sur des données de mai 2021. Recipe peaufine actuellement les dimensions et les définitions de la diversité que nous utilisons aux fins d'auto-identification. Ces changements seront reflétés dans le rapport de RSE de l'an prochain.</p>
	Diversité de l'ECS (c.-à-d. niveau directeur ou supérieur) par (1) genre ou (2) minorité visible	Nombre, pourcentage (%)	<p>Sur 142 membres de l'ECS (niveau directeur ou supérieur) (1) 98 (69 %) sont des hommes et 44 (31 %) sont des femmes, (2) 16 (11 %) sont membres de minorités visibles</p> <p>Les résultats s'appuient sur des données de mai 2021. Recipe peaufine actuellement les dimensions et les définitions de la diversité que nous utilisons aux fins d'auto-identification. Ces changements seront reflétés dans le rapport de RSE de l'an prochain.</p>
	% d'employés de Recipe dans chacune des catégories suivantes reflétant la diversité : (1) genre (2) ethnicité	Pourcentage (%)	<p>(1) Sur 5 556 employés de Recipe 2 949 (53 %) sont des hommes et 2 607 (47 %) sont des femmes</p> <p>Les résultats correspondent aux données de décembre 2020, soit les 5 556 employés du siège social, du centre d'appels, des établissements de vente au détail et des usines, ainsi que des restaurants corporatifs (rémunérés à l'heure et salariés), pour toutes les marques au Canada, à l'exception de The Burger's Priest et Fresh. Les employés des restaurants franchisés et des coentreprises ne sont pas inclus dans ce résultat. Recipe peaufine actuellement les dimensions et les définitions de la diversité que nous utilisons aux fins d'auto-identification. Ces changements seront reflétés dans le rapport de RSE de l'an prochain.</p> <p>(2) Sur 560 employés 322 (58 %) sont blancs, 57 (10 %) sont originaires du Sud-Est asiatique, 38 (7 %) de l'Asie du Sud, 37 (7 %) d'Extrême-Orient, 31 (6 %) sont métissés, 16 (3 %) sont noirs, 14 (3 %) sont originaires du Moyen-Orient, 13 (2 %) ont une autre origine, 11 (2 %) sont antillais, 8 (1 %) latino-américains, 4 (<1 %) sont autochtones, 1 (<1%) sont originaires des îles du Pacifique et 8 (1 %) préfèrent ne pas se prononcer</p> <p>Les résultats reflètent des données préliminaires d'auto-identification de l'ethnicité au 9 juillet 2021, ainsi que des commentaires formulés par 560 employés de l'entreprise, de toutes les marques au Canada, à l'exception de The Burger's Priest, Fresh, The Keg et St-Hubert.</p>
	Formation fournie sur la diversité, l'équité et l'inclusion (1) nombre moyen d'heures (2) nombre de participants	Nombre	<p>En 2020, nous avons fait équipe avec Reframe (anciennement CANVAS Consulting) pour lancer la formation « Introduction à la diversité, l'équité et l'inclusion », qui portait sur ces concepts, les définissait et présentait des stratégies et des outils pour les soutenir au sein de Recipe.</p> <p>(1) Les participants ont suivi une séance de formation de quatre heures, (2) 865 employés de Recipe (y compris l'équipe de direction, l'ECS, les employés du siège social, les directeurs du développement commercial ainsi que les directeurs généraux de l'entreprise [DG] et des restaurants franchisés) ont participé aux 55 séances virtuelles offertes par un formateur.</p>

2. PARAMÈTRES SUPPLÉMENTAIRES ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2020 (3/4)

PILIER GENS

GENS	PARAMÈTRE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Engagement communautaire et philanthropie	Dons totaux (1) en \$ CA, (2) quantité de nourriture	Devis du rapport, nombre	(1) Plus de 2,28 millions de dollars pour l'ensemble des marques, (2) dons de 158 543 repas, 100 000 burgers et 2 000 tourtes au poulet Les résultats reflètent les efforts philanthropiques et les dons du siège social de Recipe et des marques suivantes tout au long de l'exercice 2020 : Les Rôtisseries St-Hubert, Swiss Chalet, Harvey's, The Keg, Pickle Barrel, Milestones, Franworks and New York Fries.

PILIER PLANÈTE

PLANÈTE	PARAMÈTRE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Emballages durables	% des emballages (sauf les articles à usage unique) composés de matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés	Pourcentage (%) par poids	90 %
	% d'emballages à base de plastique offerts aux clients (n'inclut pas les articles à usage unique) qui sont recyclables ou composés de matériaux recyclés	Pourcentage (%) par poids	71 %
	% d'emballages à base de papier (excepté les articles à usage unique) provenant de fournisseurs certifiés, résolu à promouvoir la croissance et la conservation des forêts	Pourcentage (%) par poids	95 %
	% d'articles à usage unique (n'incluent pas les emballages) composés de matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés	Pourcentage (%) par poids	74 %
	% des emballages et des articles à usage unique qui sont exempts de SPFA	Pourcentage (%) par poids	99,7 %
			<p>Les résultats s'appuient sur les matériaux des emballages primaires (p. ex. contenants, papier d'emballage, gobelets, boîtes sèches) et secondaires (p. ex. sacs en papier, porte-gobelets) achetés tout au long de l'exercice 2020 pour être utilisés dans l'ensemble des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés de notre réseau, ainsi que dans 18 des 46 coentreprises au Canada. Les résultats reflètent les données de l'ensemble des marques, à l'exception des établissements de The Keg, de The Burger's Priest, de Fresh et des établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p> <p>Les résultats reflètent les articles à usage unique (p. ex. serviettes, pailles, ustensiles) achetés tout au long de l'exercice 2020 pour être utilisés dans l'ensemble des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés de notre réseau, ainsi que dans 18 des 46 coentreprises au Canada. Les résultats reflètent les données de l'ensemble des marques, à l'exception des établissements de The Keg, de The Burger's Priest, de Fresh et des établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p> <p>Les résultats s'appuient sur les matériaux des emballages primaires (p. ex. contenants, papier d'emballage, gobelets, boîtes sèches), secondaires (p. ex. sacs en papier, porte-gobelets) et des articles à usage unique achetés tout au long de l'exercice 2020 pour être utilisés dans l'ensemble des restaurants corporatifs et des restaurants franchisés de notre réseau, ainsi que dans 18 des 46 coentreprises au Canada. Les résultats reflètent les données de l'ensemble des marques, à l'exception des établissements de The Keg, de The Burger's Priest, de Fresh et des établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p>

2. PARAMÈTRES SUPPLÉMENTAIRES ET RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2020 (4/4)

PILIER PLANÈTE

PLANÈTE	PARAMÈTRE	UNITÉ DE MESURE	RÉSULTATS DE RECIPÉ EN 2020
Gestion des déchets : matières organiques	% d'établissements offrant des services de traitement des matières organiques	Pourcentage (%) d'établissements déclarants	<p>47 % (41/88) des établissements déclarants de l'entreprise et 28 % (85/305) de ceux des franchisés déclarants disposent de services de traitement des matières organiques.</p> <p>Les résultats reflètent les restaurants canadiens déclarants dont nous savons qu'ils disposent de services de traitement des matières organiques. Les valeurs reflètent les données de 2020, à l'exception de des Rôtisseries St-Hubert, pour lesquelles nous avons utilisé des renseignements de décembre 2019.</p> <p>Les établissements déclarants représentent 45 % des 195 établissements corporatifs et 29 % des 1 049 établissements franchisés au Canada. Les résultats n'incluent pas notre siège social les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p>
Gestion des déchets : recyclage	% d'établissements offrant des services de recyclage	Pourcentage (%) d'établissements déclarants	<p>99 % (87/88) des établissements déclarants de l'entreprise et 89 % (272/305) de ceux des franchisés déclarants disposent de services de recyclage.</p> <p>Les résultats reflètent les restaurants canadiens déclarants dont nous savons qu'ils disposent de services de recyclage. Les valeurs reflètent les données de 2020, à l'exception des Rôtisseries St-Hubert, pour lesquelles nous avons utilisé des renseignements de décembre 2019.</p> <p>Les établissements déclarants représentent 45 % des 195 établissements corporatifs et 29 % des 1 049 établissements franchisés au Canada. Les résultats n'incluent pas notre siège social les établissements de The Burger's Priest, de Fresh et les établissements de fabrication pour la vente au détail de produits St-Hubert.</p>

3. ENGAGEMENTS DE RECIPE EN MATIÈRE DE RSE (1/3)

PILIER GENS

Au fil des pages suivantes, nous résumons les engagements clés en matière de RSE pour les piliers relatifs aux gens, à la nourriture et à la planète, que nous avons présentés tout au long du rapport.

GENS	NOS ENGAGEMENTS
Talent et mobilisation des employés	<ul style="list-style-type: none">• Nous envisageons de lancer notre prochain sondage sur la mobilisation en août 2021 et de participer au sondage de Great Place to Work® Canada (sur l'excellence du milieu de travail) à l'automne 2021.
Diversité, équité et inclusion	<ul style="list-style-type: none">• D'ici la fin de 2022, nous comptons faire de la formation intitulée « Les préjugés inconscients » une composante fondamentale de la formation offerte à tous les employés de l'entreprise et des restaurants franchisés.• D'ici la fin de 2023, au moins 40 % des membres du conseil de Recipe seront issus de groupes de populations divers (p. ex. les femmes, les personnes autochtones, noires et de couleur, les personnes handicapées, les communautés LGBTQ2+).• D'ici la fin de 2023, établir un bassin diversifié de candidats à la relève diversifiés (sur le plan du genre et de l'ethnicité) qui sont prêts à assumer des rôles partagés de directeur des services et de directeur des marques.• D'ici la fin de 2023, atteindre un taux de maintien en poste de 95 % plus grands talents issus de divers groupes de population (p. ex. les femmes, les personnes autochtones, noires et de couleur, les personnes handicapées, les communautés LGBTQ2+) au siège social et aux postes de gestionnaires salariés.• D'ici la fin de 2023, 40 % de l'ECS et des employés occupant des postes supérieurs chez Recipe seront issus de divers groupes de population (p. ex. les femmes, les personnes autochtones, noires et de couleur, autochtones et racisées, les personnes handicapées, les communautés LGBTQ2+) et nous nous engageons à accroître cette proportion à 50 % d'ici la fin de 2025.
Avantages sociaux et rémunération	<ul style="list-style-type: none">• D'ici la fin de 2023, la rémunération de notre ECS sera liée à l'atteinte de nos objectifs en matière de RSE.

3. ENGAGEMENTS DE RECIPE EN MATIÈRE DE RSE (2/3)

PILIER NOURRITURE

NOURRITURE	NOS ENGAGEMENTS
<p>Sources d'approvisionnement durables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pour mieux comprendre l'utilisation de cages de gestation dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement porcine, Recipe recueille actuellement des renseignements supplémentaires auprès de ses petits fournisseurs sur l'utilisation qu'ils font de ces cages et sur leurs objectifs de transition. Nous communiquerons ces données dans le rapport sur la RSE de l'exercice 2021. • D'ici la fin de 2022, nous renforcerons les critères de sélection des fournisseurs et les exigences en matière de salubrité de la nourriture de Recipe pour nous assurer de continuer à faire équipe avec des producteurs et des fournisseurs avant-gardistes en matière de production alimentaire durable sur les plans sociaux et environnementaux. • D'ici la fin de 2022, la totalité du café acheté par Recipe satisfera aux normes de certification sociales et environnementales (p. ex. Rainforest Alliance, Fairtrade International). • D'ici la fin de 2022, tous les fruits de mer (à l'exception du calmar) achetés par Recipe seront certifiés par un organisme tiers (p. ex. Aquaculture Stewardship Council [ASC], Ocean Wise, Marine Stewardship Council [MSC]) pour assurer la durabilité des pratiques de pêche. • D'ici la fin de 2024, Recipe sera certifiée conforme à la norme de la chaîne de traçabilité du MSC. • D'ici la fin de 2025, toutes les marques de Recipe seront membres de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCBD). Recipe augmentera également la proportion des achats de bœuf issu de sources certifiées par la TRCBD, celles-ci devenant plus accessibles grâce au programme d'inscription élargi qu'elle propose aux éleveurs et aux transformateurs. • Nous envisageons, au cours des quatre années à venir, d'étudier et d'élaborer des pratiques d'approvisionnement durable en ce qui concerne les produits frais. Notre objectif est de mieux comprendre les certifications sociales et environnementales dans cette catégorie, ainsi que les mesures prises par nos fournisseurs pour soutenir une agriculture durable (p. ex. préserver la biodiversité, veiller à la santé des sols et à la conservation de l'eau et de l'énergie) les droits de la personne. Nous ferons part de nos conclusions dans les prochains rapports sur la RSE.
<p>Choix et nutrition</p>	<p>D'ici la fin de 2022, Recipe veillera à ce que les menus enfant de chacune de ses marques* comprennent au moins un choix sain recommandé par le Guide alimentaire canadien.</p> <p><i>* N'inclut pas New York Fries et The Burger's Priest, qui n'offrent pas de menu enfant.</i></p>
<p>Récupération de nourriture</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nous avons pour objectif de gaspiller le moins de nourriture possible dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement. Nous continuerons à améliorer nos processus afin de prédire précisément la nourriture dont nous avons besoin et de réduire au minimum la quantité de nourriture excédentaire. Lorsque des excédents de nourriture deviendront bel et bien disponibles, nous veillerons à ce qu'ils ne finissent pas dans les décharges, mais à ce qu'ils soient plutôt donnés à des organismes qui peuvent en faire bon usage. • D'ici la fin de 2021, Recipe mettra en œuvre un processus qui lui permettra de mieux cerner et de mieux quantifier, de manière particulière, la nourriture excédentaire (et sa valeur) qui est donnée par nos centres de distribution aux organismes de bienfaisance partenaires.

3. ENGAGEMENTS DE RECIPE EN MATIÈRE DE RSE (3/3)

PILIER PLANÈTE

PLANÈTE	NOS ENGAGEMENTS
<p>Conception et construction écologiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> • D'ici la fin de 2022, collaborer avec nos marques offrant un service rapide et celles acquises récemment pour établir des données de référence quant à la consommation d'énergie et d'eau. • À ce jour, les leçons apprises de nos déploiements technologiques ont révélé plusieurs occasions de réduire davantage notre consommation d'énergie et d'eau dans notre réseau de restaurants offrant une gamme complète de services (par rapport aux données de référence de 2018) : <ul style="list-style-type: none"> • Début janvier 2023 : les rénovations des restaurants corporatifs permettront de réduire de 25 % la consommation d'énergie et de 20 % la consommation d'eau. • Début janvier 2023 : les rénovations des restaurants franchisés permettront de réduire la consommation d'énergie de 10 %. • Début janvier 2024 : les nouveaux restaurants construits de l'entreprise et des franchisés verront leur consommation d'énergie et d'eau diminuer respectivement de 25 % et 20 %.
<p>Emballages durables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • D'ici la fin de 2021, nos emballages et nos articles à usage unique ne contiendront plus de SPFA. • Voici les objectifs à atteindre d'ici la fin de 2022 pour la totalité des emballages de Recipe : <ul style="list-style-type: none"> • Les emballages proposés aux clients (à l'exception des articles à usage unique) seront composés de matériaux renouvelables, recyclables ou recyclés. • Les emballages en plastique (à l'exception des articles à usage unique) seront recyclables et dans la mesure du possible, composés de matériaux recyclés. • Les contenants à base de papier (à l'exception des articles à usage unique) proviendront de sources certifiées, résolues à protéger les forêts. <p><i>Ses objectifs seront réexaminés et pourront être modifiés dès que les données de référence fournies par The Keg, The Burger's Priest et Fresh auront été compilées.</i></p>
<p>Gestion des déchets</p>	<ul style="list-style-type: none"> • D'ici la fin de 2022, nous procéderons à des audits concernant les déchets pour mesurer et comprendre les tonnages de référence pour les taux de détrit, de compost, de recyclage et de détournement chez Recipe et aurons une visibilité sur les programmes et installations de recyclage et de traitement de matières organiques qui existent à proximité de chacun des restaurants corporatifs ou des restaurants franchisés afin d'aider à établir des objectifs clairs en matière de détournement des déchets pour nos activités au Canada.