



# NOTRE RECETTE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

RAPPORT 2021 SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

**RECIPÉ**

EST. 1883

# TABLE DES MATIÈRES

## GOUVERNANCE

Message du chef de la direction	3
À propos du présent rapport	5
À propos de Recipe Unlimited	6
Aperçu des activités de la société en 2021	7
Notre mission et nos valeurs	8
Cadre stratégique en matière de RSE	9
Gouvernance en matière de RSE	10
Gouvernance et éthique	11

## GENS

Faits saillants de 2021	12
Talent et mobilisation des employés	13
Diversité, équité et inclusion	17
Avantages sociaux et rémunération	23
Mieux-être des employés	24
Engagement communautaire et philanthropie	27
Marque en vedette : Fresh	29
Progrès par rapport à nos engagements envers les gens	31

## NOURRITURE

Faits saillants de 2021	32
Sources d'approvisionnement durables	33
Salubrité alimentaire	37
Choix, nutrition et marketing	38
Récupération de nourriture	41
Progrès par rapport à nos engagements en matière la nourriture	42

## PLANÈTE

Faits saillants de 2021	44
Conception et construction écologiques	45
Emballages durables	48
Gestion des déchets	52
Progrès par rapport à nos engagements pour la planète	53



**FRANK HENNESSEY**  
Chef de la direction

**« Nous sommes toujours stimulés par notre vision de la RSE, fiers de nos réalisations à ce jour et optimistes quant aux effets positifs que nous espérons exercer en poursuivant la mise en œuvre de notre recette en matière de durabilité à travers nos principaux piliers RSE : Gens, Nourriture et Planète. »**

Malgré les difficultés causées par une nouvelle année de pandémie, Recipe a continué à faire des investissements importants auprès de nos coéquipiers, de nos partenaires franchisés et dans le cadre de nos objectifs en matière de durabilité. Nous sommes fiers de constater que nos efforts ont été reconnus par nos coéquipiers et le secteur, ce qui a valu à Recipe d'être certifiée Great Place to work<sup>MC</sup>, Best Workplace for Hybrid Work (Meilleur lieu de travail en mode hybride), et d'être nommée Entreprise de l'année lors de la 32<sup>e</sup> remise des prix « Pinnacle » des magazines Foodservice and Hospitality et Hotelier. Ces récompenses viennent couronner les efforts exceptionnels de nos équipes de première ligne, de la marque et des services partagés, ainsi que de l'engagement de nos franchisés à offrir une expérience client exceptionnelle dans un contexte opérationnel difficile.

L'année dernière, nous avons publié notre premier rapport sur la RSE et nous nous sommes engagés à atteindre 26 objectifs ambitieux en matière de ressources humaines, d'alimentation et de protection de la planète d'ici la fin 2025. Nous sommes heureux de vous faire part dans le rapport de cette année de nos avancées.

En 2021, nous avons atteint quatre objectifs et nous sommes sur la bonne voie pour en atteindre de nombreux autres. Nous avons octroyé plus de 1,7 million de dollars pour conserver les salaires et les avantages sociaux, élargi notre offre de rémunération générale et de bien-être en insistant sur la santé mentale, été le premier détaillant au Canada à offrir des tests antigéniques rapides à nos coéquipiers de première ligne et versé 4,9 millions de dollars à nos partenaires franchisés.

Nos équipes et partenaires se sont également unis pour faire don de plus de 1,2 million de dollars, ainsi que près de 220 000 repas et plus de 25 000 hamburgers à des communautés partout au pays. Nous avons amélioré nos programmes et plans d'études de Recipe University, et lancé plusieurs nouveaux cours axés sur la diversité, l'équité et l'inclusion. Tout au long de l'année, plus de 40 000 apprenants d'entreprises et de franchises ont pu y prendre part. Nous avons travaillé pour tenir nos engagements en matière de diversité, et dépassé notre objectif intermédiaire en faisant passer la diversité au sein de l'équipe de direction de Recipe à 44 %.

En tant que plus grande entreprise de restauration à service complet du Canada, nous avons un rôle important à jouer dans la promotion d'une chaîne d'approvisionnement alimentaire durable pour les générations futures. Nous sommes fiers d'utiliser des produits de haute qualité qui soutiennent les producteurs et les fournisseurs qui respectent les normes les plus élevées en matière de bien-être animal et qui sont engagés dans une production alimentaire durable sur le plan environnemental et/ou social. Cette année, nous avons réalisé de grands progrès dans la transition des fruits de mer et du café que nous utilisons vers des sources certifiées par des tiers et nous sommes en passe d'être certifiés à 100 % dans ces catégories d'ici la fin de 2022. Nous élargissons également notre partenariat avec la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCB) dans le but de faire passer nos marques emblématiques à des sources certifiées TRCB d'ici la fin de 2025. Harvey's est un fier membre de la TRCB depuis 2019, et l'adoption par Montana's du bœuf TRCB est prévue pour 2022.



Être meilleur pour notre Planète continue d'être une priorité essentielle chez Recipe. Au cours des trois dernières années, nous avons mené à bien 299 initiatives qui ont déployé des technologies novatrices dans l'ensemble de nos restaurants, ce qui nous a permis de réaliser notre objectif ambitieux visant à réduire notre consommation d'énergie et d'eau de 15 % par rapport à nos valeurs de référence de 2018. Nous travaillons également avec acharnement pour améliorer davantage la durabilité générale de nos emballages, en passant à des matériaux renouvelables, recyclables et recyclés, ainsi qu'à des emballages en papier fabriqués à partir de fibres provenant de sources certifiées. Compte tenu de ces efforts, nous sommes extrêmement fiers que notre marque emblématique, Swiss Chalet, ait remporté le prix mondial PAC pour la conception d'emballages durables. En plus d'atteindre notre objectif de transition vers des emballages pour les clients et des articles à usage unique exempts de substances per- et polyfluoroalkyles (SPFA) dans toutes les marques concernées d'ici la fin de l'année 2021, nous avons appliqué ce travail important à nos marques nouvellement acquises et nous visons l'élimination des SPFA dans tous nos restaurants au Canada cet automne!

En 2022, nous donnerons le coup d'envoi de la phase suivante de notre recette pour la durabilité : nous mettrons davantage l'accent sur notre planète en mesurant et en identifiant les possibilités nouvelles ou améliorées de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre. Nous sommes toujours stimulés par notre vision de la RSE, fiers de nos réalisations à ce jour et optimistes quant aux effets positifs que nous espérons exercer en poursuivant la mise en œuvre de notre recette en matière de durabilité.

Merci,

Frank Hennessey, Chef de la direction



# À PROPOS DE CE RAPPORT

Le présent rapport annuel sur la responsabilité sociale des entreprises (RSE) de Recipe Unlimited Corporation décrit nos pratiques et notre performance en matière de RSE et souligne l'impact que nous souhaitons avoir sur nos priorités – les gens, la nourriture et la planète – d'ici 2025.

Les sujets qui seront abordés dans ce rapport ont été déterminés par Recipe Unlimited à la suite de consultations externes, d'échanges avec des parties prenantes et des cadres clés, et de discussions avec le comité de pilotage RSE.

Les renseignements contenus dans ce rapport reflètent la performance en matière de RSE de Recipe Unlimited au Canada (où 98 % de nos restaurants sont exploités) pour l'exercice terminé le 26 décembre 2021. Nos efforts en matière d'établissement de rapports se concentrent sur les restaurants d'entreprise et les franchises, et nous avons exclu nos activités de fabrication et de vente au détail de produits alimentaires de St-Hubert. Sauf indication contraire, nous avons également exclu des résultats nos six établissements en coentreprise et tous les établissements américains et internationaux. Tous les renseignements financiers sont exprimés en dollars canadiens.

Au cours de l'année 2021, Recipe a cédé avec succès la marque Milestones, la coentreprise 1909 Taverne Moderne et certaines coentreprises Original Joe's, et a acquis la totalité des participations dans les marques The Burger's Priest et Fresh. Pour les besoins de ce rapport, la performance de ces marques n'est incluse que pendant la période où elles faisaient partie du portefeuille de Recipe.

Notre rapport RSE est publié chaque année. Les renseignements contenus dans ce rapport n'ont pas fait l'objet de vérifications externes.

Nous encourageons les rétroactions de toutes les parties prenantes. Pour toute question ou tout commentaire concernant ce rapport, veuillez communiquer avec nous à [CSR@recipeunlimited.com](mailto:CSR@recipeunlimited.com).

# À PROPOS DE RECIPE UNLIMITED

Recipe Unlimited Corporation (TSX : RECP) est la plus grande entreprise de restauration à service complet du Canada. Fondée en 1883 sous le nom de The Canada Railway News Company, rebaptisée plus tard CARA Operations, notre entreprise s'est engagée depuis 138 ans à proposer de la délicieuse nourriture pour tous les moments de la vie.

Recipe franchise et exploite certaines des marques les plus réputées du pays, notamment Swiss Chalet, Harvey's, St-Hubert, The Keg, Montana's, Kelseys, East Side Mario's, New York Fries, Bier Markt, Landing, Original Joe's, State & Main, Elephant & Castle, The Burger's Priest, The Pickle Barrel, Marigolds & Onions, Fresh et Ultimate Kitchens.

Nos marques emblématiques et nos 1 261 restaurants offrent une variété de menus et de styles de restauration pour répondre aux besoins de nos clients, indépendamment de leurs préférences et habitudes alimentaires.

Recipe divise ses opérations en quatre segments d'activité : les restaurants d'entreprise, les restaurants franchisés, le commerce de détail et la restauration, sans oublier les opérations centrales. 83 % de nos restaurants sont exploités par des franchisés et des partenaires de coentreprise établis dans cinq pays : Canada, États-Unis, Inde, Arabie saoudite et Émirats arabes unis.

Au Canada, pays dans lequel 98 % de nos restaurants sont exploités, nous avons une forte présence régionale avec des restaurants situés d'un océan à l'autre et des sièges sociaux dans les principaux centres d'affaires, notamment Montréal, Toronto, Calgary et Vancouver.



## 1 261 RESTAURANTS DANS 5 PAYS

- ENTREPRISE : 219
- FRANCHISE : 1 036
- COENTREPRISE : 6

## VENTES TOTALES DU SYSTÈME 2 723,9 MILLION \$\*

## RECETTES BRUTES TOTALES 1 009,1 MILLION \$

## NOS MARQUES DE RESTAURANTS ET DE TRAITEURS

## RESTAURANTS AU CANADA 1 236 (98 %)

## EFFECTIF AU CANADA

- CORPORATE: 9 187\*\*
- FRANCHISE: 27 900\*\*\*

## ANNÉES D'ACTIVITÉ 138

# APERÇU DES ACTIVITÉS DE LA SOCIÉTÉ EN 2021

## ÉTABLISSEMENTS DANS TOUT LE CANADA



Résultats en date du 26 décembre 2021. \* Les ventes du système sont une « mesure financière supplémentaire » telle que définie dans le Règlement 52-112 sur l'information concernant les mesures financières non conformes aux PCGR et d'autres mesures financières. Pour une explication de la composition des « Ventes du système » (laquelle explication est reprise à titre de référence dans le présent rapport), veuillez consulter le rapport de gestion de Recipie pour les 13 semaines précédant le 27 mars 2022 déposé sur SEDAR ([www.sedar.com](http://www.sedar.com)) le 4 mai 2022 à la page 3 sous la rubrique « Mesures non conformes aux PCGR – Mesures financières supplémentaires ».

\*\* Effectif moyen estimé pour les entreprises au Canada en 2021. Ne concerne pas les employés de la coentreprise ni les 422 employés des usines/ventes au détail de St-Hubert. \*\*\* Effectif moyen estimé pour les franchises au Canada en 2021.

## NOTRE MISSION

**NOUS NOUS EFFORÇONS D'ATTEINDRE NOTRE OBJECTIF, QUI EST D'ASSURER LA RÉUSSITE FINANCIÈRE DE NOS PARTENAIRES, EN RESPECTANT LES QUATRE PILIERS DE NOTRE POLITIQUE : OFFRIR DE LA NOURRITURE DE QUALITÉ SUPÉRIEURE, UN SERVICE EXCEPTIONNEL, UNE VALEUR AJOUTÉE EN TERMES D'EXPÉRIENCE ET UNE AMBIANCE QUI INCITE LES CLIENTS À REVENIR.**

## 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 coeur 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.

Nos processus et activités clés en matière de ressources humaines, notamment le recrutement, la reconnaissance et la rétroaction des employés et la gestion du rendement, intègrent ces cinq valeurs.

# NOTRE MISSION ET NOS VALEURS



## NOTRE VISION EN MATIÈRE DE RSE

**NOUS FAISONS CE QU'IL FAUT POUR NOS EMPLOYÉS, NOS COMMUNAUTÉS ET NOTRE PLANÈTE EN OPÉRANT DE MANIÈRE DURABLE ET EN OFFRANT DES EXPÉRIENCES CULINAIRES EXCEPTIONNELLES.**

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, gestion de l'eau, réduction des émissions de GES
- Emballages durables
- Gestion des déchets

### GOUVERNANCE ET ÉCONOMIE

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

### ÉTHIQUE ET DROIT

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

## CADRE STRATÉGIQUE EN MATIÈRE DE RSE

# GOVERNANCE EN MATIÈRE DE RSE

Notre approche de la gouvernance en matière de RSE fournit une base solide pour la prise de décision et la compréhension interfonctionnelles, la visibilité et la responsabilité de notre performance en matière de RSE, et permet de disposer des ressources nécessaires pour soutenir efficacement les multiples priorités que nous entreprenons à l'égard des Gens, de la Nourriture et de la Planète.

Le groupe de travail sur la RSE de Recipe Unlimited est composé de 12 membres représentant les principaux secteurs fonctionnels et domaines d'expertise de l'entreprise. Le groupe de travail sur la RSE identifie, informe et contribue à la mise en œuvre des priorités clés des piliers de la RSE à l'égard des Gens, de la Nourriture et de la Planète.

Le groupe de travail sur la RSE se réunit chaque semaine pour évaluer les progrès, identifier les problèmes et les risques, discuter des interdépendances et préparer les documents nécessaires aux prochaines mises à jour trimestrielles et aux discussions avec le comité de directeur en matière de RSE (ComDir RSE) et d'autres dirigeants.

Le ComDir RSE est composé du PDG et des membres de l'équipe de direction et des cadres supérieurs de Recipe représentant les marques et les fonctions de services partagés. Le ComDir RSE définit la vision de la RSE, fournit une orientation stratégique et des approbations budgétaires concernant les priorités en matière de RSE, et traite les risques et les problèmes soulevés à l'échelon supérieur. Certains membres du ComDir RSE partagent également les mises à jour concernant les priorités et les progrès en matière de RSE avec le Comité de gouvernance, de rémunération et de nomination du Conseil d'administration, en recueillant des commentaires le cas échéant.

Le Conseil d'administration de Recipe est tenu au courant des priorités et des progrès en matière de RSE par le biais du rapport trimestriel permanent du PDG. Le Conseil d'administration est responsable du suivi de la responsabilité sociale, de l'intégrité et de l'éthique de Recipe.

Nous communiquons régulièrement sur nos initiatives et nos performances en matière de RSE par le biais de notre structure interne de gouvernance de la RSE, de nos rapports annuels ainsi que de nos mises à jour sur nos canaux sociaux et notre site Web.

Pour plus de renseignements sur les pratiques et les directives de Recipe en matière de gouvernance d'entreprise, ainsi que sur la composition du Conseil d'administration et des comités, veuillez consulter notre site [Web](#) et la circulaire d'information de gestion de Recipe, disponible sur [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

## CONSEIL D'ADMINISTRATION DE RECIPE

Comité de gouvernance, de rémunération et de nomination

## COMITÉ DIRECTEUR EN MATIÈRE DE RSE

- Chef de la direction
- Cheffe des ressources humaines (promoteur exécutif de la RSE)
- SVP, Approvisionnement stratégique (promoteur exécutif de la RSE)
- Chef de la direction financière
- Directeur du développement
- Président, Marques occasionnelles et relations gouvernementales
- Président, Restaurants à service limité et nouvelles marques
- Président, Keg Restaurants
- Président, St-Hubert
- Président, Franworks
- Directeur des affaires numériques
- Avocat général et vice-président du service juridique

## GROUPE DE TRAVAIL ET SECTEUR D'INTERVENTION PRIVILÉGIÉ EN MATIÈRE DE RSE

**Douze experts en la matière polyvalents et de différentes marques, représentant les domaines suivants :**

- Approvisionnement stratégique
- Conception et construction
- Gestion du développement durable
- Salubrité alimentaire, qualité, assurance et affaires réglementaires
- Gestion des déchets
- Équipe chargée des gens (ressources humaines)
- Finances
- Marques : The Keg, St-Hubert, Fresh, The Burger's Priest

# GOVERNANCE ET ÉTHIQUE

Recipe s'engage pour une gestion de gouvernance d'entreprise saine et transparente. Nos politiques et pratiques en matière de gouvernance d'entreprise sont régulièrement révisées par le conseil d'administration de Recipe et mises à jour au besoin ou si nécessaire pour assurer le respect de toutes les réglementations applicables.

Conformément à notre engagement, nous avons formulé plusieurs codes et politiques essentiels qui fournissent des attentes claires à toutes les parties prenantes sur la façon dont nous menons nos activités.

## Codes et politiques essentiels de Recipe

Chaque année, il est demandé aux membres du conseil d'administration, dirigeants et employés de Recipe de lire les politiques suivantes et de s'y conformer :

- **Code de conduite**
- **Politique de respect sur le lieu de travail**
- **Politique relative aux médias sociaux**
- **Politique de dénonciation**
- **Politique en matière de délits d'initiés**

## Service d'assistance téléphonique en matière d'éthique

Le succès continu de Recipe repose sur un comportement éthique à tous les niveaux de l'organisation. Recipe s'engage à respecter les lois et réglementations auxquelles elle est soumise et à protéger ses associés, ses fonds, ses actifs et ses ressources comme il se doit.

Chaque année, nous rappelons aux administrateurs, dirigeants et employés de Recipe qu'ils doivent signaler tout comportement qui leur semble illégal ou contraire au Code de conduite ou à la politique de l'entreprise. En cas de doute sur la conduite à tenir dans une situation donnée, ils sont également encouragés le signaler.

En plus de discuter d'un problème avec leur responsable ou le chef de leur fonction, les employés peuvent également communiquer avec le service juridique de Recipe et contacter le service d'assistance téléphonique en matière d'éthique, un organisme indépendant, pour obtenir des conseils supplémentaires.



Notre personnel est la clé de notre succès. Les perturbations et l'incertitude liées à la pandémie de COVID-19 révèlent à quel point il est important de recruter du personnel compétent, de le former et de le faire évoluer conformément aux valeurs de Recipe, ainsi que de lui fournir les ressources et le soutien nécessaires à sa réussite collective.

## FAITS SAILLANTS DE 2021

- Nous avons octroyé plus de **1,7 million de dollars** pour **conserver les traitements et les avantages sociaux**, et l'équivalent de plus de **21 000 \$** sous forme de **repas gratuits** aux coéquipiers de première ligne touchés par les confinements.
- Réintroduction du **Programme d'assurance loyer de Recipe**, qui a permis d'accorder un soutien financier direct de **4,9 millions de dollars** aux **partenaires de franchises**.
- Certifiée **Great Place to Work<sup>MC</sup>** sur la base des commentaires positifs de nos coéquipiers concernant notre culture et de la confiance en nos dirigeants, et reconnu comme l'un des **meilleurs lieux de travail pour le travail hybride**.
- Nommée **Entreprise de l'année** lors de la 32e remise des prix « **Pinnacle** » du magazine Foodservice and Hospitality and Hotelier.
- Mobilisation de plus de **40 000 apprenants** par le biais de Recipe University. Les apprenants ont répondu à plus de **30 millions de questions liées à la formation** au moyen de RU Game (apprentissage en ligne) depuis 2019.
- Don de plus de **1,2 million de dollars**, près de **220 000 repas** et plus de **25 000 hamburgers** au sein de nos communautés.



# TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS



« Tout au long de l'année 2021, nous avons toujours compté sur les valeurs fondamentales de Recipe, en particulier sur DO THE RIGHT THING (faire ce qui est juste) pour guider nos actions en faveur de nos employés, de nos franchisés, de nos communautés et des possibilités de développer durablement notre activité. En fin de compte, notre succès cette année, y compris le fait d'être reconnu comme Entreprise de l'année, est le résultat d'efforts inlassables de nos coéquipiers de première ligne et des services partagés, ainsi que de ceux de nos franchisés, de leur capacité à évoluer et à persévérer pendant cette période très difficile. »

**Julie Denton**  
Cheffe des ressources humaines

L'année 2021 a été marquée par une autre année d'incertitude importante au Canada, la pandémie de COVID-19 ayant eu un effet négatif sur le marché du travail dans le secteur de l'hôtellerie, les chaînes d'approvisionnement mondiales, les prix des denrées alimentaires de base et la confiance des consommateurs dans une reprise à court terme compte tenu de la recrudescence de la variante omicron.

Cette année, nous nous sommes encore largement appuyés sur les valeurs fondamentales de Recipe pour guider nos actions alors que nous traversons les modifications législatives liées à la COVID-19, les multiples blocages et restrictions qui ont perturbé nos activités quotidiennes.

Malgré les défis opérationnels posés par la pandémie, Recipe a réussi non seulement à survivre, mais aussi à prospérer, et à faire des investissements importants au sein de notre entreprise, auprès de nos coéquipiers et de nos partenaires franchisés.

Tout au long de l'année, nous avons poursuivi nos efforts visant le renforcement des programmes de Recipe University et lancé plusieurs nouvelles formations DEI. Nous avons élargi notre offre de rémunération générale et de mieux-être, en mettant particulièrement l'accent sur la santé mentale, et au début de 2022, nous nous préparons à lancer notre programme de mentorat et deux nouveaux groupes de ressources pour les employés.

Au regard des commentaires de nos coéquipiers en ce qui concerne le sondage Great Place to Work, nous pouvons constater que nos investissements de l'année dernière ont un effet positif et contribuent au renforcement de notre culture unique.

## MOBILISATION DES EMPLOYÉS

Nous savons que les employés motivés se présentent au travail avec un but, de la passion et de l'énergie pour atteindre leurs objectifs. Tout au long de l'année 2021, nous avons maintenu une communication et une participation actives de nos coéquipiers, que ce soit de façon virtuelle ou en présentiel (en suivant les protocoles de sécurité appropriés liés à la COVID-19), par le biais de nos réunions d'entreprise, de nos sessions Recipe Connects, de nos panels didactiques sur des sujets clés de la DEI et de nos rencontres sociales d'équipe.

Lorsque les restrictions liées à la COVID-19 ont commencé à s'assouplir en 2021, nous avons également opté pour un modèle de **travail flexible/hybride**, la méthode « **Fixed Flex** », qui offre aux coéquipiers du siège social le meilleur des deux mondes : la possibilité d'assurer sa participation et sa collaboration en présentiel, ainsi que la liberté de travailler de façon virtuelle jusqu'à trois jours par semaine.

À l'automne 2021, nous avons élargi nos modes de participation pour inclure la participation des coéquipiers de Recipe au sondage Great Place to Work Trust Index®. Au total, **2 330 coéquipiers travaillant dans les bureaux à domicile et les restaurants de Recipe au Canada ont répondu** à plus de 80 questions, ce qui nous a permis d'évaluer l'expérience des employés et la culture d'entreprise. Nous avons obtenu un **score élevé en ce qui concerne le sondage Trust Index®, soit 77 %** par rapport au score de référence de 65 %, et avons été officiellement certifiés **Great Place to Work!** Nous avons également obtenu de précieux renseignements et commentaires pour continuer à améliorer l'expérience de nos coéquipiers.

La planification des actions est en cours avec les services partagés, les responsables de la marque et les équipes pour répondre aux principales possibilités d'amélioration identifiées à partir des commentaires des coéquipiers.

« Nous sommes très heureux d'avoir obtenu la certification Great Place to Work malgré les défis auxquels notre secteur et notre personnel ont été confrontés en raison de la pandémie de COVID-19. Les commentaires reçus de nos coéquipiers témoignent de leur résilience collective, de leur passion et de leur désir de poursuivre leurs efforts en vue de créer une expérience positive pour leurs collègues, franchisés et clients tout au long de l'année 2021. »

**Julie Denton**

Cheffe des ressources humaines

## TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS



*Recipe a été certifié Great Place to Work et reconnu comme l'un des meilleurs lieux de travail pour le travail hybride!*

Great Place To Work®

Certified  
OCT 2021 - SEP 2022  
CANADA

Best Workplaces™

for Hybrid Work

Great Place To Work®

CANADA  
2022

Depuis le lancement de Recipe University en 2019, nos coéquipiers d'entreprise et de franchise ont répondu à **plus de 30 millions** de questions liées à la formation au moyen de RU Game! En 2021, les programmes de Recipe University ont fait intervenir plus de **40 000 apprenants**. Nos coéquipiers ont déclaré à plusieurs reprises que nos programmes L&D (apprentissage et développement) sont non seulement inestimables du point de vue du renforcement des compétences, mais qu'ils leur ont permis de développer leurs réseaux internes et de rester connectés et motivés tout au long du confinement de 2021.

# TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS

## APPRENTISSAGE ET DÉVELOPPEMENT

Le programme d'apprentissage et de développement (L&D) de Recipe offre une expérience d'apprentissage mixte, inclusive et participative pour nos coéquipiers et dirigeants du siège social et des restaurants ainsi que pour nos franchisés. Notre objectif est de fournir le bon contenu d'apprentissage au bon moment pour aider à libérer le potentiel de notre personnel. En plus du lancement de RU Leading et de RU Transforming en 2021, nous avons encore élargi nos programmes RU Game, faisant intervenir plus de 40 000 apprenants d'entreprises et de franchises à travers le Canada par le biais de nos programmes L&D de Recipe University.

## PROGRAMMES DE RECIPE UNIVERSITY

Notre plateforme d'apprentissage en ligne, conviviale et mobile, **RU Game**, offre une formation personnalisée « en petites séances » aux membres de l'équipe des restaurants d'entreprise et des franchises. L'apprentissage allie conformité et formation propre à la marque.

Nous proposons un perfectionnement professionnel par le biais de notre programme **RU Leading** selon plusieurs modalités d'apprentissage, notamment en salle de classe (de façon virtuelle et en présentiel) et en autoapprentissage. Le programme comprend des parcours d'apprentissage conçus de façon individuelle pour une variété de postes de direction, soutenus par une approche d'apprentissage mixte pour répondre aux besoins des apprenants.

**RU Transforming** est notre programme d'apprentissage de la gestion du changement qui fournit aux équipes et aux dirigeants une méthodologie efficace et les bons outils et modèles pour soutenir les initiatives axées sur Recipe et permettre à nos collaborateurs d'adopter avec succès de nouveaux systèmes et de nouvelles méthodes de travail.

Bon nombre de nos marques disposent de leurs propres programmes et systèmes L&D. Collectivement, ces programmes comprennent plus de **260 sujets d'apprentissage supplémentaires** qui répondent aux besoins de formation propres aux marques, aux postes et aux compétences.

## PRINCIPALES AMÉLIORATIONS ET STATISTIQUES 2021

- **11 marques** utilisent RU Game, qui comprend plus de **900 sujets d'apprentissage, 250 vidéos** et **plus de 3 800 questions** conçues pour répondre aux besoins d'apprentissage de près de **200 postes uniques**.
- Chaque mois, environ **22 000 apprenants** interviennent sur notre plateforme RU Game.
- Lancé en avril 2021, le programme RU Leading s'est élargi pour inclure **56 cours uniques** à travers cinq programmes d'études essentiels : développement du personnel, expérience client, principes fondamentaux de l'entreprise, plateformes et systèmes technologiques, et exigences législatives.
- **Plus de 670 coéquipiers d'entreprise et de franchise** ont suivi un ou plusieurs cours dans le cadre du programme RU Leading.
- **93 %** des apprenants recommanderaient nos cours RU Leading à leurs collègues.
- **45 experts internes en la matière** ont informé, créé et/ou animé nos cours.
- Notre méthode et nos outils RU Transforming ont été intégrés dans les activités d'exécution de **9 projets Recipe** afin de favoriser une meilleure adoption des nouveaux systèmes, processus et outils.

# TALENT ET MOBILISATION DES EMPLOYÉS

## APPRENTISSAGE ET DÉVELOPPEMENT

### MENTORAT

En 2021, nous avons également commencé à mettre en place un programme de mentorat chez Recipe. Ce programme est le résultat d'un effort de base mené par une équipe de femmes pluridisciplinaires et multimarques, appuyé par le soutien enthousiaste du Président-Directeur général et de la Cheffe des ressources humaines de Recipe.

Notre programme de mentorat vise à soutenir le développement personnel, professionnel et des compétences de nos coéquipières en leur offrant des possibilités de mise en réseau, d'accompagnement professionnel et de partage formel des connaissances grâce à une connexion individuelle avec un mentor.

Le programme a été lancé à l'automne 2021 avec une inscription mentor/mentoré ouverte à tous les coéquipières travaillant à plein temps au siège et dans les restaurants d'entreprise.

Statistiques du mentorat :

- **93 mentorés et 75 mentors inscrits** au programme (avec 18 mentors encadrant deux mentorés).
- Les participants représentent **21 services partagés et équipes de marque**.
- Les titres des participants vont de directeurs généraux adjoints à membres de l'équipe de direction (ELT).
- Un **engagement d'un an** entre les mentors et les mentorés est nécessaire, avec un minimum d'une heure par mois réservée aux séances de mentorat.

Les jumelages entre mentors et mentorés ont été effectués sur la base des compétences uniques des participants, de leurs besoins en matière de développement et de leurs demandes de jumelage pour des raisons de diversité. Le programme a officiellement démarré au début de l'année 2022 par des séances virtuelles de formation et d'alignement des attentes afin de préparer nos 93 paires mentor-mentoré à leur parcours de mentorat.

PROGRAMME DE  
**mentorat.**

Le programme de mentorat de Recipe jouera un rôle déterminant pour :

- permettre l'apprentissage et la croissance continus
- favoriser la mise en réseau et l'établissement de relations inter-organisationnelles
- favoriser l'avancement professionnel interne
- renforcer la participation des employés
- identifier et développer les dirigeants et mentors actuels et futurs
- créer une culture de DEI, d'accompagnement professionnel et de collaboration





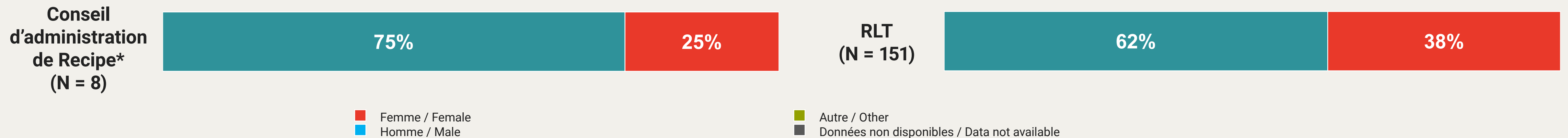
En tant que plus grande entreprise de restauration à service complet au Canada, notre volonté est de représenter les communautés locales et la diversité des clients de nos restaurants, ainsi que d'offrir le développement et les possibilités qui permettront à nos coéquipiers et franchisés de tous les milieux de s'épanouir. Nous sommes convaincus qu'un conseil d'administration, une équipe de direction et une main-d'œuvre diversifiés renforcent notre diversité de pensée, et apportent des perspectives et des idées plus riches qui sont essentielles au succès à long terme de Recipe.

# DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

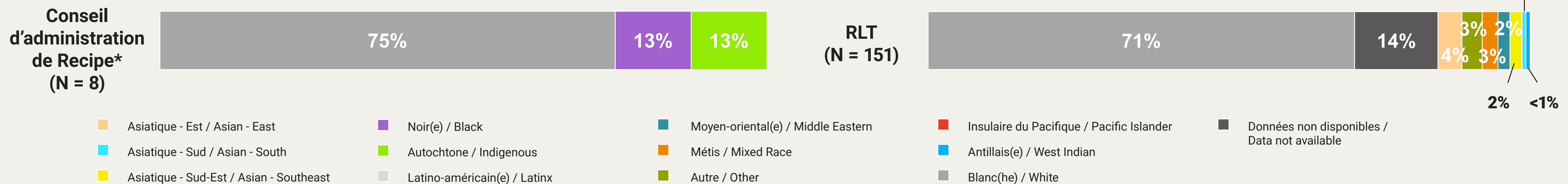
## DIVERSITÉ DE LA DIRECTION DE RECIPE

Si l'on considère le genre et l'origine ethnique de nos dirigeants, **37 % de notre conseil d'administration\*** et **44 % de l'équipe de direction de Recipe** (RLT, directeurs et postes supérieurs) étaient issus de **milieux divers** en décembre 2021. Nous avons certes **atteint notre objectif provisoire de faire passer la diversité des RLT à 40 % d'ici à la fin de 2023**, mais nous nous sommes engagés à faire passer ce chiffre à 50 % d'ici à la fin de 2025.

### DIVERSITÉ DES GENRES\*\*



### DIVERSITÉ ETHNIQUE\*\*



\* En mars 2022, un membre du Conseil d'administration a démissionné de manière inattendue du Conseil d'administration de Recipe pour poursuivre une carrière dans la fonction publique. Par conséquent, lors de notre Assemblée générale annuelle (AGA) qui s'est tenue en mai 2022, 2 des 7 (29 %) membres du Conseil d'administration de Recipe étaient issus de la diversité.

\*\* Les résultats relatifs à la diversité présentés sont un mélange de données d'auto-identification des individus et de données démographiques des coéquipiers de l'entreprise utilisées à des fins d'assurance.

# DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

Notre souhait est d'avoir une incidence significative en matière de DEI à Recipe par le biais de pratiques de recrutement inclusives, de formations de DEI, du développement de talents divers grâce à nos programmes de relève au poste de direction et de la mise en place de groupes de ressources pour les employés.

## DIVERSITÉ DES COÉQUIPIERS D'ENTREPRISE DE RECIPÉ

En 2021, nous avons entamé le processus d'évaluation de la diversité de notre personnel en déployant un sondage d'auto-identification volontaire auprès des coéquipiers du siège social et des restaurants d'entreprise de bon nombre de nos marques. Le déploiement du système des RH relatif au sondage d'auto-identification de la diversité se poursuivra en 2022. Un aperçu de la diversité de nos coéquipiers du siège social au Canada est présenté ci-dessous.

### DIVERSITÉ DES GENRES\*

Coéquipiers  
d'entreprise de Recipe  
(N = 2 368)

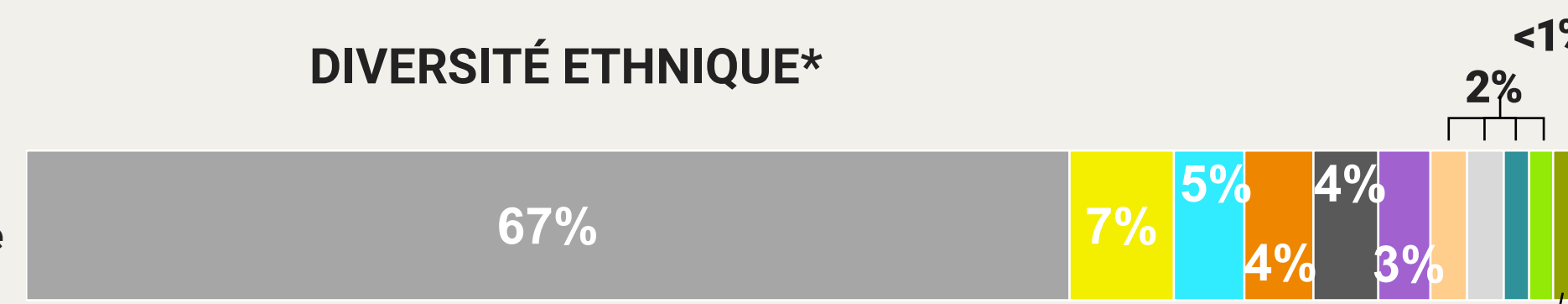


Femme / Female  
Homme / Male

Autre / Other  
Données non disponibles / Data not available

### DIVERSITÉ ETHNIQUE\*

Coéquipiers  
d'entreprise de Recipe  
(N = 2 368)



Asiatique - Est / Asian - East  
Asiatique - Sud / Asian - South  
Asiatique - Sud-Est / Asian - Southeast  
Noir(e) / Black  
Autochtone / Indigenous

Latino-américain(e) / Latinx  
Moyen-oriental(e) / Middle Eastern  
Métis / Mixed Race  
Autre / Other  
Insulaire du Pacifique / Pacific Islander

Antillais(e) / West Indian  
Blanc(he) / White  
Données non disponibles / Data not available

\* Les résultats en matière de diversité présentés ici sont un mélange de données d'auto-identification des coéquipiers d'entreprise et de données démographiques recueillies lors de nos sondages sur la participation des employés en 2021.

# DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

## FORMATION DEI

Chez Recipe, nous sommes convaincus que chacun d'entre nous a un rôle important à jouer dans la création de l'environnement inclusif que nos employés méritent afin d'être les meilleurs et de travailler au mieux de leurs capacités. La participation active à l'apprentissage DEI, la célébration de nos diverses expériences et points de vue, et la prise de parole lorsque les choses ne vont pas sont autant de moyens pour chacun d'entre nous de contribuer à faire de Recipe un lieu où les coéquipiers, les franchisés et les clients se sentent à leur place.

Notre programme DEI renferme **plus de 32 heures** de contenu d'apprentissage sur **55 sujets**, avec des durées d'apprentissage allant de petites séances de trois minutes à des sessions pouvant atteindre quatre heures. En 2021, nous **avons fait intervenir près de 14 000 apprenants d'entreprises et de franchises** à des formations DEI par le biais de Recipe University et de programmes L&D propres à chaque marque.

Nous avons donné le coup d'envoi de l'apprentissage DEI en 2020, en nous associant à Reframe, afin de proposer une formation intitulée « Introduction à la DEI » à laquelle plus de 865 coéquipiers et franchisés ont participé. En 2021, nous avons élargi notre programme DEI, **en ajoutant plus de 10 heures d'apprentissage réparties sur sept nouveaux cours** hébergés sur nos plateformes RU Leading (perfectionnement professionnel) et RU Game (apprentissage en ligne) :

### Réservé aux coéquipiers d'entreprise et de franchises

- Intervention des témoins
- Apaisement des conflits
- Respect sur le lieu de travail

### Réservé aux coéquipiers de la direction des restaurants et du siège social

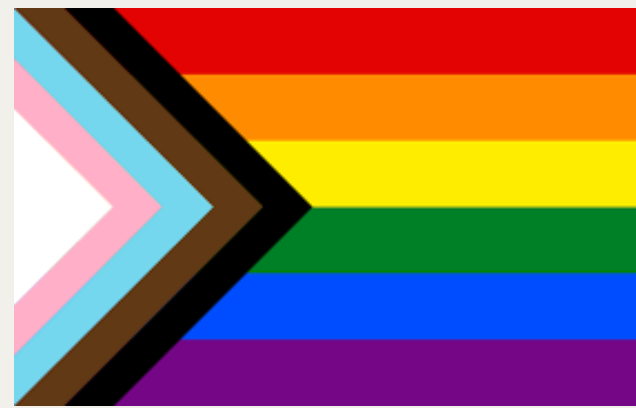
- Respect sur le lieu de travail
- Enquêtes relatives au respect sur le lieu de travail
- Soutenir la méthode DEI au sein du restaurant
- Partis-pris inconscients et plan d'action DEI (accompagnement professionnel de l'équipe de direction SLT)



## RECONNAÎTRE ET CÉLÉBRER NOTRE DIVERSITÉ

### Journée internationale de la femme (JIF)

Le 8 mars 2021, nous avons célébré la Journée internationale de la femme de manière virtuelle, avec un panel spécial de conférencières issues des marques et des services partagés de Recipe. La discussion était animée par notre PDG, Frank Hennessey, et portait sur les stratégies et tactiques utilisées par nos conférencières pour les aider à surmonter les obstacles auxquels elles ont été confrontées tout au long de leur carrière.



### Le mois des fiertés

Cette année, Recipe s'est associé à Reframe pour organiser des séances éducatives à l'intention de nos coéquipiers du siège, des directeurs généraux et des franchisés. Le 9 juin 2021, tous les coéquipiers de Recipe ont été invités à assister à une présentation orale, à un bref historique de la fierté et à l'appel à l'action B.R.A.V.E.

### Journée nationale de la vérité et de la réconciliation

L'année 2021 a marqué la première Journée nationale de la vérité et de la réconciliation au Canada, une occasion pour tous les Canadiens de reconnaître l'histoire tragique et l'héritage permanent des pensionnats ainsi que d'autres systèmes visant à effacer la culture autochtone. Le 30 septembre 2021, Kim Baird, membre de notre conseil d'administration et membre de la Première Nation Tsawwassen, a animé Truth & Reconciliation 101, un séminaire en ligne organisé à l'échelle de l'entreprise pour aider les coéquipiers à se renseigner sur le traitement des peuples autochtones tout au long de l'histoire du Canada, sur les problèmes pressants auxquels les communautés des Premières Nations sont toujours confrontées à ce jour, ainsi que sur le travail entrepris par la Commission de vérité et de réconciliation.



# DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION





# DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

## DÉVELOPPEMENT DES TALENTS DIVERSIFIÉS

L'identification, le développement et la fidélisation d'un vivier de dirigeants diversifiés est un élément essentiel de la stratégie DEI à long terme de Recipe. Nous nous appuyons sur **La clé de notre succès**, notre processus de planification de la relève, soutenu par l'évaluation des 9 blocs, pour mener des évaluations semestrielles rigoureuses de notre personnel afin d'identifier nos meilleurs talents et les successeurs potentiels pour les services partagés, la marque et les principaux postes de direction opérationnels dans une optique de diversité.

Grâce à **NOTRE** programme **LA CLÉ DE NOTRE SUCCÈS**, **150 coéquipiers exceptionnels\*** ont figuré sur notre liste des **meilleurs talents** en 2021. **La moitié de cette cohorte est constituée d'individus issus de la diversité** (par exemple, femmes, BIPOC, handicapés, 2SLGBTQ+) qui contribuent à enrichir et à renforcer la diversité de pensée au sein de Recipe.

Ces coéquipiers et dirigeants talentueux sont recrutés à travers un ensemble de programmes formels et informels, par exemple :

- **Programme de mentorat** en tant que mentor et/ou mentoré pour développer leur réseau et leurs compétences
- **Des occasions et des projets significatifs sur le lieu de travail** afin d'améliorer leur expertise fonctionnelle/opérationnelle
- **Conseil consultatif sur la DEI** ou **groupes de ressources pour les employés de Recipe** afin d'aider à façonner le parcours DEI de Recipe
- D'autres **programmes propres aux rôles ou au renforcement des capacités de direction** (RU Leading)

Pour l'avenir, notre objectif est de continuer à investir sur notre personnel, en mettant en place des programmes évolutifs afin de développer et de responsabiliser une cohorte de dirigeants diversifiés, prêts à développer durablement l'entreprise et à offrir les expériences gastronomiques exceptionnelles auxquelles nos clients sont habitués.

\* Exclut The Keg et Fresh, car ces marques passeront à l'évaluation de 9 blocs au cours de l'année prochaine.

# DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION

## EN LEURS PROPRES MOTS

Les coéquipiers de Recipe racontent pourquoi la méthode DEI revêt une importance capitale à leurs yeux et pourquoi ils ont rejoint un GRE :

« Pour mener à bien les efforts de sensibilisation dans le cadre de la méthode DEI et travailler en vue d'améliorer la compétence culturelle, soutenir les efforts de lutte contre le racisme et faire en sorte de favoriser une plus grande inclusion chez Recipe ».

« Selon moi, la culture, la diversité et l'égalité font partie intégrante de mes valeurs fondamentales. En tant que mari et père élevant une famille biraciale, il est important que j'aie une incidence positive dans le monde ».

« J'ai rejoint le conseil consultatif DEI pour faire partie du parcours de diversité de Recipe et partager mes expériences personnelles ».

« Faire partie du changement chez Recipe pour faire de nous un employeur de choix pour tous ».

« À mon avis, il est important de contribuer à l'innovation, à la culture et à l'action des initiatives et programmes DEI qui feront vraiment la différence pour moi et mes collègues ».

## GROUPES DE RESSOURCES DES EMPLOYÉS

Le développement de nos groupes de ressources des employés (GRE) est une étape importante dans le parcours DEI de Recipe. Nos GRE sont formés par des coéquipiers du siège social et des restaurants qui se réunissent dans leur milieu de travail pour discuter de caractéristiques ou d'expériences de vie communes dans le but de susciter un sentiment d'inclusion, de changement positif au sein de l'entreprise et de développement de carrière.

Le GRE inaugural de Recipe, le **Conseil consultatif DEI**, a été créé en 2019 et comprend actuellement 29 coéquipiers représentant un échantillon des sites, marques et fonctions de Recipe. Le Conseil se réunit toutes les deux semaines pour identifier et exécuter les priorités de la méthode DEI, faire évoluer les politiques et les normes de Recipe, et assurer la sensibilisation pour les événements et les campagnes DEI.

À la fin de l'année 2021, le Conseil consultatif DEI a joué un rôle déterminant dans l'élaboration et le lancement d'une campagne vidéo à l'échelle de l'entreprise visant à susciter l'intérêt de la population pour la création de nouveaux GRE chez Recipe, accessibles à tous les coéquipiers de Recipe.

Sur la base des commentaires et des centres d'intérêt des coéquipiers, deux nouveaux GRE sont prêts à être lancés chez Recipe au début de 2022 : **Les femmes sur le lieu travail et 2SLGBTQ+**.

Ces deux GRE ont pour mission de réaliser les trois grands objectifs suivants :

- créer un espace inclusif et sûr pour que les membres puissent partager leurs expériences ou rechercher des conseils
- inciter au changement au sein de Recipe et travailler avec la direction sur de nouvelles initiatives DEI
- être un organe de réflexion pour les programmes ou les événements de Recipe

Les membres dynamiques et passionnés des GRE Femmes sur le travail et 2SLGBTQ+ sont actuellement en train de définir les objectifs particuliers qu'ils veulent atteindre en 2022 et dans les années à venir, ceux qu'ils présenteront à l'ELT de Recipe au printemps.

Nous sommes enthousiastes et fiers de voir nos coéquipiers se réunir, se servir de leur voix et de leur expérience pour façonner activement notre parcours DEI et continuer à faire de Recipe un lieu de travail formidable pour eux et leurs collègues.

## RÉMUNÉRATION GÉNÉRALE DE RECIFE

### FINANCES

- Traitement de base concurrentiel
- Plan d'incitation à court terme pour tous les postes salariés
- Programme de participation aux bénéfices pour les gestionnaires de restaurant
- Contributions équivalentes aux REER jusqu'à 3 %
- Allocation de dépenses pour les services de santé et/ou allocation de dépenses pour le mieux-être : 500 \$ par an
- Supplément aux prestations de maternité (jusqu'à 100 % pour un maximum de 9 semaines) et congé parental payé
- Remboursement des frais de scolarité : 1 500 \$ par an
- Remise sur les repas et allocation pour les repas

### MODE DE VIE ET LOISIRS

- Salle de sport sur place (siège social de Recife)
- Bistrot subventionné (siège social de Recife)
- Programme Perkopolis et autres réductions exclusives pour les employés de Recife
- Politique concurrentielle en matière de jours de vacances payés et possibilité d'acheter jusqu'à une semaine de vacances supplémentaires
- 5 jours de congé personnel + 2 jours de congé mobiles
- Conditions de travail flexibles/hybrides

### SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

- Couverture médicale et dentaire étendue, payée à 100 % par l'employeur, comprenant 4 options flexibles
- Allocation de dépenses dédiée à la santé mentale
- Pharmacie en ligne PocketPill
- Régimes d'invalidité de courte durée (ICD) et de longue durée (ILD) (conservation du traitement à 75 %) et assurance-vie
- Programme d'aide aux employés (PAE)

# AVANTAGES SOCIAUX ET RÉMUNÉRATION

En tant que plus grande entreprise de restauration à service complet au Canada, nous reconnaissons le rôle essentiel que joue notre programme complet de rémunération générale pour attirer et retenir les meilleurs talents dans chacune des régions au sein desquelles nous exerçons nos activités. Tout au long de 2021, nous avons entrepris plusieurs initiatives importantes pour nous assurer que l'offre d'avantages sociaux et de rémunération de Recife demeure compétitive sur le marché.

## AVANTAGES SOCIAUX

Recife propose un **ensemble d'avantages sociaux flexibles, à la pointe de l'industrie**, dont l'admissibilité entre en vigueur dès le **premier jour** d'emploi et qui est **financé à 100 % par l'employeur** pour nos coéquipiers salariés à temps plein.

En 2021, nous avons perfectionné notre programme d'avantages sociaux pour offrir aux coéquipiers plus de choix et de flexibilité. Nous avons augmenté le financement maximal et la couverture de coassurance, élargi le compte de dépenses annuel de 500 \$ pour inclure les dépenses de mieux-être (par exemple, les abonnements à des centres de remise en forme, l'équipement d'exercice, les programmes nutritionnels, les vitamines et les suppléments, et bien plus encore); nous avons également offert une couverture entre **500 \$ et 1 500 \$ pour le soutien en santé mentale**, selon l'option d'avantages choisie.

Nous lions la rémunération à la réalisation de nos objectifs en matière de RSE. L'équipe de direction et les cadres supérieurs de Recife ont identifié des **objectifs précis en matière de RSE et de DEI** dans le cadre de leurs objectifs de performance pour 2022. **La réalisation des objectifs de performance des dirigeants est liée au versement de leur prime.**

## RÉMUNÉRATION

En février 2021, nous avons lancé une importante initiative visant à **évaluer et à étalonner tous les postes du siège social et des restaurants salariés**. Des études de marché et des analyses approfondies ont été réalisées afin d'informer et d'affiner les profils d'emploi, les groupes de postes et les grades, ainsi que le traitement de base et la structure de mérite/bonus, le cas échéant, pour les 165 postes visés.

Cet examen nous a permis d'identifier et de **procéder à des ajustements de marché en ce qui concerne la structure de rémunération de certains coéquipiers** et de certains postes, afin de garantir que l'offre de rémunération générale de Recife reste concurrentielle au Canada.

A person is shown from the waist down, sitting in a lotus position on a light-colored, textured rug. They are wearing a grey t-shirt and dark grey leggings. Their hands are in a mudra (meditation gesture) with fingers interlaced. A silver laptop is open on the rug in front of them. The background is a blurred indoor setting with warm lighting.

# MIEUX-ÊTRE DES EMPLOYÉS

## MIEUX-ÊTRE ET BIENVEILLANCE

Tout au long de l'année 2021, nous avons continué à utiliser la méthode « WELL and GOOD », notre programme de mieux-être des employés et notre bulletin d'information en ligne, pour connecter les coéquipiers et partager plus de 90 ressources pratiques liées au **mieux-être financier, physique, mental et social**.

Compte tenu des perturbations, de l'incertitude et du stress persistants causés par la pandémie de 2021, nous avons renforcé l'attention portée aux besoins de nos coéquipiers en matière de santé mentale et proposé plusieurs activités et séances d'apprentissage dans ce domaine.

Nous avons créé **The Recipe Way**, une vidéo et un guide de soutien détaillés en matière de santé mentale, et nous avons lancé **Wellness Wednesdays**, un programme axé sur la pleine conscience et la méditation, accessible à tous les coéquipiers de l'entreprise.

Les coéquipiers de Recipe ont également été encouragés à participer à deux séances animées, notamment pour identifier et explorer des stratégies visant à **surmonter l'épuisement professionnel**, et la compréhension des avantages et des moyens de répandre l'humour sur le lieu de travail lors du séminaire **Lighten Up Your Day**.

En ce qui concerne nos coéquipiers des ressources humaines et nos responsables des opérations, nous avons également proposé un **Programme de certificat de leadership en matière de santé mentale sur le lieu de travail**, un atelier de deux jours comprenant des travaux pratiques et une évaluation en vue de l'obtention du certificat.

Nous avons également amélioré notre offre d'avantages sociaux pour y inclure **une couverture propre aux professionnels de la santé mentale**, et nous avons **élargi notre programme d'aide aux employés** pour y inclure un prestataire supplémentaire dont le contenu et les services (par exemple, articles, séminaires en ligne, évaluations, liens vers des thérapies et des consultations abordables) sont axés sur le bien-être mental.



# MIEUX-ÊTRE DES EMPLOYÉS

## SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL (SST)

Depuis 138 ans, Recipe s'engage à prendre soin de ses clients et de ses coéquipiers partout au Canada. Les nouveaux coéquipiers des restaurants bénéficient d'une formation de base sur la salubrité alimentaire, la sécurité dans les restaurants et le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT). Cette formation est complétée par un apprentissage en ligne sur la SST disponible sur RU Game, permettant aux employés de rafraîchir leurs connaissances au besoin.

## SÉCURITÉ SOCIALE

Le programme de sécurité sociale de Recipe a été lancé en réponse à la pandémie de COVID-19 et fournit un ensemble complet de **15 procédures de santé et de sécurité améliorées** pour aider nos clients et les communautés à manger en toute sécurité avec nous à travers le Canada.

En mai 2021, Recipe est devenu la **première entreprise de restauration au Canada à offrir des tests rapides d'antigènes**, un élément essentiel de notre programme de sécurité sociale. Nos coéquipiers de restaurants à travers le Canada **ont effectué près de 350 900 tests antigènes rapides** en 2021.

L'amplification de nos procédures de sécurité en 2021 n'était pas seulement bénéfique pour les affaires, mais constituait la meilleure solution pour assurer la sécurité de nos coéquipiers et de nos clients sur tous nos sites.



## NOTRE RÉACTION FACE À LA PANDÉMIE DE COVID-19

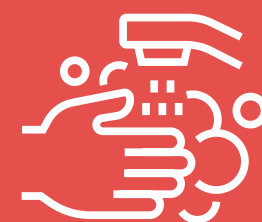
Tout au long de la pandémie de COVID-19, notre principale priorité a été la santé et la sécurité de nos coéquipiers, clients et franchisés. Depuis le début de la pandémie, nous avons fourni un soutien important aux franchisés et aux coéquipiers, notamment **une aide financière directe de plus de 40 millions de dollars\*** et **un allègement des redevances de 7,5 millions de dollars pour les franchisés**, ainsi que plus de **5 millions de dollars sous forme de programmes de primes, pour conserver les traitements et les indemnités repas versées aux coéquipiers**.

En 2021, notre réaction face à la COVID-19 a été la suivante :



### SOUTIEN À NOS COÉQUIPIERS

- Nous avons mis en place le **Recipe's Relief Fund**, un programme de conservation des traitements et des avantages sociaux qui a permis d'apporter un soutien de **plus de 1,7 million de dollars** aux équipiers horaires des restaurants d'entreprise pendant les fermetures de 2021 et de janvier 2022.
- Nous avons fourni l'équivalent de **plus de 21 000 \$** sous forme de **repas gratuits** aux employés de première ligne travaillant dans les restaurants d'entreprise touchés par les confinements.



### ASSURER LA SÉCURITÉ DES ACTIVITÉS DANS LES RESTAURANTS

- Nous avons mis en œuvre notre **programme de sécurité sociale**, un ensemble exhaustif de procédures améliorées en matière de santé et de sécurité au sein de nos restaurants, et mis à disposition des **équipements de protection individuelle** dans tout notre réseau.
- Nous avons facilité le dépistage rapide des antigènes, avec près de **350 900 tests effectués** en 2021 par les coéquipiers des restaurants à travers le Canada.
- Poursuite des **examens médicaux** et de la **recherche de personnes-ressources** pour une meilleure sécurité.



### SOUTIEN À NOS FRANCHISÉS

- Nous avons réintroduit le **Programme d'assurance loyer**, ce qui a permis d'apporter un soutien direct à nos partenaires franchisés, estimé à **4,9 millions de dollars\*\***.
- Nous n'avons cessé d'aider les franchisés à **naviguer dans les programmes gouvernementaux** afin qu'ils **optimisent les subventions** qui leur sont offertes.
- Nous avons apporté notre soutien lors des **négociations avec les propriétaires afin de réduire ou de reporter le paiement des loyers** des sites de franchises pendant la crise liée à la COVID-19.
- Nous avons dispensé une **formation pratique sur les nouvelles procédures**, y compris les protocoles de SST, afin de permettre aux restaurants d'ouvrir en toute sécurité.

\* Le soutien accordé a été partiellement réduit par les avantages que les franchisés ont reçus dans le cadre de programmes d'aide gouvernementaux après que Recipe ait annoncé ses programmes de soutien aux franchisés.

\*\* Le programme d'assurance loyer de Recipe a été annoncé au quatrième trimestre de 2021, mais s'applique aux franchisés depuis le premier trimestre de 2022.

Chez Recipe, nous nous efforçons de **FAIRE CE QUI EST JUSTE** pour nos employés, nos communautés et notre planète. Nous estimons qu'il convient de faire des dons aux communautés au sein desquelles nous exerçons nos activités en partageant notre temps, nos compétences et notre argent.

Nos marques font des dons à leurs communautés depuis des décennies, en mettant l'accent sur les questions qui leur importent le plus et qui sont conformes à l'identité de leurs marques.

## NOS FONDATIONS

Deux de nos marques les plus importantes, The Keg et St-Hubert, ont des fondations bien établies, chacune ayant donné des millions de dollars pour soutenir plus de 400 organisations caritatives locales et nationales au Canada ou aux États-Unis.



La Fondation St-Hubert a fait don de **7,5 millions de dollars\*** depuis sa création en 2012 pour soutenir des organisations qui favorisent le mieux-être des familles et des enfants.



Depuis sa création en 2001, The Keg Spirit Foundation a fait don de **11,4 millions de dollars\*** à des organismes de bienfaisance qui se concentrent sur le développement et le mentorat des jeunes.

\* Le 26 décembre 2021.

# ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET PHILANTHROPIE

## FAITS SAILLANTS DE L'IMPACT COMMUNAUTAIRE

Nos marques mettent généralement l'accent sur leurs efforts d'impact communautaire en ce qui concerne la lutte contre la faim et le mentorat des jeunes. Tout au long de l'année 2021, plusieurs marques ont continué à verser des dons destinés à aider les professionnels de la santé de première ligne et les travailleurs des services essentiels touchés par la pandémie de COVID-19.

Malgré les défis auxquels notre industrie a été confrontée depuis mars 2020, nos marques se sont mobilisées pour donner plus de **1,2 million de dollars**, près de **220 000 repas** et plus de **25 000 hamburgers** en 2021. Voici quelques exemples de la façon dont nos marques ont fait des dons à leurs communautés en 2021 :



- **Montana's** a fait don de **102 458 repas**, d'une valeur de 51 000 \$, à **Banques alimentaires Canada**.
- Les franchisés de Montana's ont soutenu plusieurs causes locales en 2021, notamment l'événement de la **Fondation pour l'enfance Starlight** à Barrie, en Ontario, qui a permis de recueillir **4 800 \$**, ainsi que le Backyard BBQ à St. John's, à Terre-Neuve, au profit de la **Fondation Rêves d'enfants du Canada**, qui a permis de recueillir **6 800 \$**.



- En partenariat avec Ketel One, **Kelseys Original Roadhouse** a fait don de l'équivalent de plus de **100 000 repas** à des familles souffrant d'insalubrité alimentaire par l'intermédiaire de **Banques alimentaires Canada**.



- Grâce à la vente de t-shirts portant la marque de son « 50e anniversaire », **The Pickle Barrel** a récolté **10 000 \$** pour **l'hôpital des enfants malades** et la **fondation Sick Kids**.
- La marque a également fait don de **750 repas** au personnel soignant de **l'hôpital Princess Margaret**.



- Depuis 2003, les délicieux excédents de nourriture provenant des événements de restauration de **M&O** ont été donnés à **Second Harvest**. Cette année, **2 000 repas** ont été donnés.

# ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE ET PHILANTHROPIE



- Tout au long de l'année 2021, la **Fondation St-Hubert** a remis près de **638 000 \$** à **110 organismes et causes de bienfaisance** au Québec, au Nouveau-Brunswick et en Ontario, dont **200 000 \$** pour soutenir la **Fondation Autiste & Majeur** dont la mission est d'améliorer la qualité de vie des jeunes adultes atteints d'un trouble du spectre autistique.



- En collaboration avec plusieurs hôpitaux de la région de Toronto, le programme RV de **Harvey** a continué à soutenir les campagnes de vaccination en 2021 en incitant les Canadiens à manger gratuitement. Plus de **25 000 hamburgers gratuits** ont été donnés, soit une valeur de plus de **175 000 \$**.
- Harvey's a lancé son **Programme de bourses d'études Burger Bursary** en 2021, offrant à 20 coéquipiers méritants des bourses d'études d'une valeur totale de **25 000 \$**.



- Depuis 2001, **The Keg Spirit Foundation** a fièrement accordé plus de **2,6 millions de dollars au Canada** et **441 000 \$ aux États-Unis** aux **Grands Frères Grandes Sœurs (GFGS)**. En 2021, une subvention annuelle de **128 000 \$** pour le renforcement des capacités a été accordée aux GFGS du Canada afin de soutenir l'évolution et le développement continus de leurs programmes axés sur les jeunes.



- Tout au long de l'année 2021, **Fresh** a fait don de son temps, de sa nourriture et de son argent à **20 organisations locales à but non lucratif**, pour un montant total équivalent à **85 000 \$**.



- En partenariat avec Ketel One, **The Landing Group** a fait don de l'équivalent de plus de **14 533 repas** à des familles souffrant d'insalubrité alimentaire par l'intermédiaire de **Banques alimentaires Canada**.

## DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES EN LEADERSHIP GRÂCE À L'ART CULINAIRE

Nous avons poursuivi notre partenariat avec DAREarts en 2021 pour offrir un programme « All the Arts » (Tous les arts) visant à aider les jeunes défavorisés et racisés à acquérir des compétences essentielles en matière de leadership en explorant les arts culinaires.

Avant le début du programme, des coffrets-repas comprenant des ingrédients alimentaires savoureux, de petits objets utiles et d'autres produits (donnés par nos fournisseurs) ont été livrés par un groupe de volontaires Recipe à chaque famille participante.

Vingt-neuf familles dont les enfants sont âgés de 7 à 14 ans ont participé au programme, qui s'est déroulé dans le cadre de classes culinaires virtuelles animées par des chefs et des responsables de boissons de la marque Recipe Managers.





## MARQUE EN VEDETTE : FRESH

En novembre 2021, c'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous avons accueilli Fresh Restaurants dans la famille Recipe, après avoir procédé à l'acquisition complète de la marque. Fondé en 1999, Fresh Restaurants s'est donné pour mission de préparer des aliments végétaux alléchants dans des espaces chaleureux et accueillants pour tous.

### FRESH INTÈGRE L'ÉQUITÉ, LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION (DEI) AU CŒUR DE SES ACTIVITÉS

Cela commence par la mise en place d'une solide filière de recrutement de groupes divers et sous-représentés confrontés à des obstacles systémiques à l'emploi. À cet égard, Fresh travaille avec **73 partenaires communautaires locaux** (dont WoodGreen Community Services, Yonge Street Mission, Youth Employment Services, Immigrants Working Centre et Ready, Willing & Able) afin de mettre en valeur les postes disponibles au siège social et dans les restaurants.

**30 % des nouveaux employés de Fresh sont recrutés dans le cadre de leurs partenariats communautaires.** C'est avec beaucoup d'humilité et de fierté que l'équipe de Fresh a récemment reçu le prix « Engagement exceptionnel envers l'embauche de nouveaux arrivants » de WoodGreen Community Services, l'un de ses partenaires communautaires de longue date.

Les coéquipiers qui rejoignent Fresh se voient offrir **des avantages et des bénéfices complets et inclusifs.** Voici quelques-uns des avantages les plus exceptionnels offerts par Fresh :

- les leaders voient leurs primes d'assurance-maladie payées par Fresh
- une couverture de 10 000 \$ pour les soins d'affirmation du genre
- des options d'avantages inclusives pour les couples et les familles
- une couverture et des ressources en matière de santé mentale affichées dans les restaurants
- Indemnités et rabais sur les repas

Depuis plus de 20 ans, nous cherchons à donner vie à l'inclusion et au sentiment d'appartenance par le biais de nos restaurants accueillants, de notre cuisine dynamique et de notre expérience client accessible. Nous nous efforçons de cultiver un sentiment d'appartenance dans notre mode de fonctionnement quotidien, grâce aux personnes diverses et talentueuses que nous déployons et aux partenariats solides que nous établissons avec nos partenaires commerciaux, les communautés locales et nos voisins.

**Ruth Tal**

Fondatrice des restaurants Fresh

## MARQUE EN VEDETTE : FRESH

Les membres de l'équipe Fresh participent régulièrement à des activités d'apprentissage et de perfectionnement liées à la diversité, à l'équité et à l'inclusion. Chaque semaine, ils suivent des modules de DEI de « petite taille », et chaque mois, ils assistent à des ateliers plus complets. Tout au long de l'année 2021, les coéquipiers de Fresh **ont suivi collectivement plus de 450 heures de formation sur la DEI**. Parmi les sujets abordés figurent la sensibilisation aux questions autochtones, le racisme anti-Noir, la neurodiversité, l'égalité des sexes, l'accessibilité et le handicap. La participation à leur plateforme d'apprentissage en ligne est élevée, étant donné que **88 % des coéquipiers de Fresh réalisent des activités d'apprentissage** correspondant à leur poste.

Dans chaque établissement de Fresh Restaurants, les coéquipiers trouveront un **tableau d'affichage de DEI** qui comprend des ressources permettant de construire des espaces inclusifs et plus sûrs, l'énoncé des valeurs DEI de Fresh, une reconnaissance de terrain et d'autres renseignements pratiques visant à favoriser l'acceptation et les alliances.

En 2020, Fresh a créé un poste de direction permanent au siège social, spécialement **dédié à l'accélération des priorités, des normes et de l'apprentissage en matière de DEI dans l'ensemble de l'entreprise**, y compris la révision et la mise à jour des politiques et des ressources de Fresh Restaurants, la promotion de l'apprentissage et du développement du leadership équitable et inclusif, et le renforcement de l'engagement communautaire et de la participation des employés.

Fresh s'est également engagé à mettre en valeur et à soutenir diverses entreprises au sein de l'industrie alimentaire. En réalité, tous les **éléments uniques et délicieux vendus au détail dans les magasins Fresh proviennent d'entreprises détenues ou exploitées par des femmes ou des personnes racialisées**.

Du point de vue de la conception, tous les établissements Fresh sont dotés de toilettes non sexistes accessibles aux coéquipiers et aux clients. En ce qui concerne tous les nouveaux établissements remontant à 2020, Fresh Restaurants a veillé et donné la priorité aux normes d'accessibilité.



# PROGRÈS PAR RAPPORT À NOS ENGAGEMENTS ENVERS LES GENS

## STATUT DE L'OBJECTIF :

✓ TERMINÉ    ↗ EN COURS    — SUR LA MAUVAISE VOIE / EN DESSOUS DE L'OBJECTIF

Nous sommes fiers des progrès que nous réalisons par rapport à de nombreux objectifs ambitieux envers les Gens que nous avons communiqués pour la première fois dans notre rapport RSE 2020.

GENS	NOS ENGAGEMENT	STATUT	PROGRÈS
Talent et mobilisation des employés	Nous prévoyons de lancer notre prochain <b>sondage sur la participation</b> en août <b>2021</b> .	—	Compte tenu du nombre de nouveaux recrutements à la fin de l'été 2021 et de la proximité des deux évaluations proposées, nos partenaires de sondage ont insisté pour que nous ne réalisions qu'un seul sondage afin de garantir un taux de réponse élevé. Par conséquent, nous avons décidé de réaliser le sondage Great Place to Work (également un sondage sur la participation) en octobre 2021. Ayant obtenu 77 % sur l'indice de confiance. Recipe a été certifié Great Place to Work et reconnu comme l'un des meilleurs lieux de travail pour le travail hybride.
	Nous prévoyons de participer au sondage <b>Great Place to Work</b> au Canada à l'automne <b>2021</b> .	✓	
Diversité, équité et inclusion	D'ici la fin de <b>2022</b> , notre objectif est de faire de la <b>formation sur les « préjugés inconscients »</b> un élément de formation essentiel pour tous les nouveaux employés de l'entreprise et des franchises.	↗	En partenariat avec Reframe, notre équipe d'apprentissage et de développement met en place une formation « préjugés inconscients » qui sera disponible pour les coéquipiers d'entreprise et de franchise via nos plateformes RU Game (apprentissage en ligne) et RU Leading (perfectionnement professionnel) en 2022.
	D'ici la fin de l'année <b>2023</b> , atteindre un <b>taux de rétention de 95 % parmi nos meilleurs talents issus de la diversité</b> (par exemple, femmes, BIPOC, handicapés, 2SLGBTQ+) pour les postes au siège social et de directeur salarié.	↗	Nous utilisons l'évaluation à 9 blocs pour identifier nos meilleurs talents dans toutes nos marques, sauf deux (qui passeront à cette approche en 2022). Le 26 décembre 2021, le taux de rétention parmi toutes les personnes identifiées comme les meilleurs talents était de 100 %, y compris les coéquipiers issus de la diversité.
	D'ici à la fin de l'année <b>2023</b> , identifier un <b>vivier de candidats diversifiés pour la relève</b> (en termes de sexe et d'origine ethnique), prêts à assumer les postes de chef des services partagés et de chef de marque.	↗	Le cas échéant, les coéquipiers exceptionnels issus de la diversité qui composent notre cohorte hautement performante ont été répertoriés comme successeurs potentiels pour les postes de services partagés et de chefs de marque. Nous examinons nos meilleurs talents et notre liste de successeurs dans le cadre de nos revues de talents semestrielles.
	D'ici à la fin de l'année <b>2023</b> , <b>40 % de nos RLT et plus seront issus de la diversité</b> (par exemple, femmes, BIPOC, handicapés, 2SLGBTQ+) et nous nous sommes engagés à augmenter encore ce chiffre à 50 % d'ici la fin de 2025.	↗	Nous avons atteint notre objectif intermédiaire d'augmenter la diversité des RLT à 40 % d'ici à la fin de l'année 2023. En effet, à la fin de l'année 2021, 44 % de nos RLT étaient issus de la diversité en termes de sexe et d'origine ethnique.
	D'ici à la fin de l'année <b>2023</b> , au moins <b>40 % des membres du conseil d'administration de Recipe seront issus de la diversité</b> (par exemple, femmes, BIPOC, handicapés, 2SLGBTQ+).	—	En décembre 2021, 3 des 8 (37 %) membres de notre Conseil d'administration étaient issus de la diversité. En mars 2022, un membre du Conseil d'administration a démissionné de manière inattendue du Conseil d'administration de Recipe pour poursuivre une carrière dans la fonction publique. Par conséquent, lors de notre Assemblée générale annuelle (AGA) qui s'est tenue en mai 2022, 2 des 7 (29 %) membres du Conseil d'administration de Recipe étaient issus de la diversité.
Avantages sociaux et rémunération	D'ici à la fin de l'année <b>2023</b> , la <b>rémunération</b> de notre <b>équipe RLT et des personnes de rang supérieur</b> sera <b>liée</b> à la <b>réalisation de nos objectifs en matière de RSE</b> .	↗	Les membres de l'équipe de direction et les cadres supérieurs de Recipe ont identifié des objectifs précis en matière de RSE et de DEI dans le cadre de leurs objectifs de performance pour 2022. Cette démarche sera étendue aux membres RLT en 2023. La réalisation des objectifs de performance des dirigeants est déjà liée au versement de leur prime.

Depuis 138 ans, nous proposons aux Canadiens de la délicieuse nourriture, préparée dans le respect des règles de salubrité avec des ingrédients de haute qualité et dignes de confiance. Nos marques emblématiques offrent une variété de menus savoureux et d'expériences culinaires pour répondre aux préférences évolutives de nos clients. En tant que plus grande entreprise de restauration à service complet du Canada, nous reconnaissons le rôle important que nous jouons dans la promotion d'une chaîne d'approvisionnement alimentaire durable pour les générations futures.

## FAITS SAILLANTS DE 2021

- **Engagement continu** à soutenir les producteurs et les fournisseurs qui respectent **les normes les plus élevées en matière de bien-être animal** et à travailler avec eux.
- Accent mis à l'échelle du système sur la durabilité des fruits de mer, du café et du bœuf que nous nous procurons :
  - **82 %** des **fruits de mer\*** que nous nous sommes procurés étaient certifiés par une tierce partie et nous **sommes en passe d'atteindre 100 %** d'ici la fin de 2022.
  - Adoption de **produits de café certifiés** par **toutes nos marques, sauf deux**, qui proposent du **café** dans leurs restaurants.
  - Projet en cours avec la **Table ronde canadienne sur le bœuf durable** pour l'adhésion des restaurants **Montana's** en 2022.
- Élaboration de **menus sains pour les enfants** par chacune de nos marques\*\*, conformes au **Guide alimentaire canadien**, que nous sommes impatients de lancer en 2022.
- **Dons de plus de 92 000 \$ d'aliments excédentaires** à travers le Canada par l'intermédiaire de nos centres de distribution partenaires.

\* Sont exclus les achats de calamars.

\*\* Sont exclues les marques qui n'offrent pas de menu pour enfants : NYF, The Burger's Priest, Anejo, Blanco Cantina et Fresh.

# NOU RITT URE







# SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

Nous sommes fiers de servir à nos clients de délicieux aliments sains de qualité supérieure, résultat de notre collaboration avec des producteurs et des fournisseurs qui élèvent de manière responsable, durable et humaine les animaux et les plantes destinés à la consommation d'un bout à l'autre de notre chaîne d'approvisionnement.

Tout comme les autres organisations du secteur, en 2021, Recipe a dû faire face à plusieurs défis en matière de chaîne d'approvisionnement, notamment des pénuries d'ingrédients concernant plusieurs catégories d'aliments, ainsi que l'augmentation des prix des produits de base et des coûts de distribution. Malgré ces défis, nous avons continué à nous appuyer sur nos pratiques d'approvisionnement alimentaire durable et de salubrité alimentaire, ainsi que sur les valeurs fondamentales de notre entreprise pour guider nos décisions et nos actions dans le cadre des processus visant à trouver des produits de substitutions.

En 2021, nous avons commencé l'important travail d'amélioration de notre Code de conduite des fournisseurs pour nous assurer que nous continuerons à collaborer avec des producteurs et des fournisseurs qui adhèrent aux mêmes normes élevées en matière de sécurité au travail, de traitement équitable et respectueux des employés, ainsi qu'aux pratiques légales et éthiques alignées sur nos propres valeurs fondamentales. Comme prévu, notre Code de conduite des fournisseurs amélioré sera mis à la disposition de nos fournisseurs d'ici la fin de 2022.

Chez Recipe, notre valeur **DO THE RIGHT THING** (faire ce qui est juste) ne concerne pas seulement les personnes mais aussi les animaux et les plantes utilisés pour la consommation alimentaire humaine dans les menus de nos marques. Chef de file dans le secteur de la restauration, nous nous employons à mettre tout en œuvre pour faire évoluer et améliorer continuellement nos pratiques, comme en témoignent les améliorations récentes apportées à notre Code de conduite des fournisseurs et la durabilité des diverses catégories d'aliments que nous achetons. Notre objectif est de nous approvisionner en produits de haute qualité permettant aux producteurs et aux fournisseurs de s'engager dans une production alimentaire durable d'un point de vue environnemental et/ou social.

**Peter Vale**

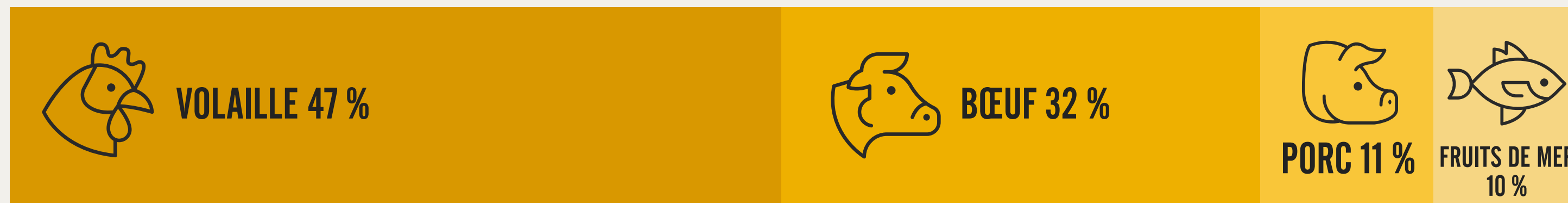
Vice-président principal, Approvisionnement stratégique

# SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

Les catégories de protéines animales (à savoir la volaille et les œufs, le bœuf, le porc et les fruits de mer) représentant généralement le plus grand volume et la plus grande proportion de nos dépenses alimentaires totales, il n'est pas surprenant que nos pratiques de sources d'approvisionnement durables soient axées sur le bien-être animal d'un bout à l'autre de notre chaîne d'approvisionnement.

En 2021, 56 % de nos dépenses alimentaires totales concernaient des protéines animales. Nous croyons que nous avons le devoir d'être de bons intendants des animaux élevés pour la consommation à tous les niveaux de notre chaîne d'approvisionnement.

## Achats de protéines animales en 2021\* (Pourcentage par coût)



\* N'inclue pas Fresh (qui n'utilise pas de produits animaux dans son menu) et les activités de fabrication ou de vente au détail de St-Hubert. Les œufs représentaient moins de 0,1 % des dépenses en protéines animales.

## BIEN-ÊTRE ANIMAL

Nous nous engageons à promouvoir le traitement humain des animaux et à travailler avec des producteurs et des fournisseurs qui respectent les normes les plus élevées en matière de bien-être animal.

En partenariat avec nos fournisseurs, nous soutenons les cinq libertés du bien-être animal en ce qui concerne les animaux utilisés dans nos aliments :

1. Absence de faim et de soif
2. Absence d'inconfort
3. Absence de douleur, de lésions et de maladies
4. Possibilité pour l'animal d'exprimer les comportements normaux de son espèce
5. Absence de peur et de détresse

## PARTENARIATS

Nous travaillons avec trois organisations clés pour aider à faire progresser les pratiques de soins aux animaux dans toute l'industrie :

- Les Producteurs de poulet du Canada (PPC)
- Le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE)
- La Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCB)

## LES CERTIFICATIONS QUI SONT IMPORTANTES POUR NOUS :



Avec plus de 1 200 restaurants répartis dans tout le Canada, nous sommes conscients du rôle important que nous jouons dans l'alimentation des Canadiens d'un océan à l'autre et la promotion de la durabilité de la chaîne d'approvisionnement.

## VOLAILLE

La volaille représente toujours la plus grande part de nos dépenses totales en protéines animales (47 % en 2021), St-Hubert et Swiss Chalet concentrant la majorité de nos achats de volaille. **Toute la volaille fraîche utilisée par Recipe en 2021 a été produite au Canada, pays chef de file mondial en matière de bien-être et de transformation de la volaille** grâce aux recherches, aux programmes et certifications de soins aux animaux et aux normes vérifiables établies par plusieurs organisations, dont le Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) et les Producteurs de poulet du Canada (PPC). Consultez notre site web pour connaître notre position sur les normes de bien-être animal relatives aux poulets de chair. Consultez notre site [Web](#) pour connaître notre position sur les normes de bien-être animal relatives aux poulets de chair.

## PORC

Le porc représentait 11 % de nos dépenses en protéines animales en 2021. Un récent sondage mené auprès de nos fournisseurs de porc suggère que 44 % de la viande de porc que nous avons achetée en 2021 provenait de producteurs ayant adopté un système de logement ouvert des truies. Nos trois plus grands fournisseurs de porc en 2021, qui représentaient 76 % de nos dépenses en porc, sont à différents stades de leur parcours vers l'abandon de l'utilisation des cages de gestation dans le cadre de leurs activités. L'un d'entre eux a opté pour des systèmes avancés de logement ouvert des truies dans toutes les installations qu'il possède. Un autre a converti environ 40 % de ses installations et prévoit de convertir le reste de ses activités d'ici à 2029. Notre troisième fournisseur clé soutient les agriculteurs indépendants qui s'efforcent de respecter les normes et les pratiques établies par le CNSAE et le Conseil canadien du porc en matière de soins et de manipulation des porcs.

## BŒUF

Le bœuf est un ingrédient clé de plusieurs plats proposés dans les menus de nos marques, représentant 32 % de nos achats totaux de protéines cette année. C'est pourquoi nous poursuivons notre partenariat avec la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCB), définissant des plans de transition pour toutes nos marques vers le recours à des sources certifiées TRCB d'ici la fin de 2025\*. **Harvey's est fier d'être membre de la TRCB depuis 2019, et l'adoption par Montana's du bœuf TRCB est prévue pour 2022. De plus, le bœuf utilisé pour la préparation du hamburger Angus de Harvey's en 2021 est le produit d'un élevage sans antibiotiques, hormones ou stéroïdes.**

# SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

## FRUITS DE MER

En 2021, près de 10 % de nos dépenses en protéines animales concernaient les produits de la mer. Au cours des cinq dernières années, la proportion de **nos achats de produits de la mer provenant de sources certifiées durables n'a cessé d'augmenter, pour atteindre 82 %\*\*** en 2021. **Nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif d'avoir 100 %** de nos achats de produits de la mer (à l'exclusion des calamars) issus de **sources certifiées par des tiers d'ici fin 2022.**



\* L'atteinte de cet objectif dépendra de l'offre de produits certifiés par la TRCB et des volumes disponibles au Canada.

\*\* Sont exclus les achats de calamars.



# SOURCES D'APPROVISIONNEMENT DURABLES

## CAFÉ

Dans l'ensemble, 19 % de nos dépenses en café en 2021 étaient liées à l'approvisionnement en café durable et nous avons consacré la seconde moitié de l'année à **la transition active vers l'adoption** du café certifié **par 12 de nos marques**. À la fin de l'année 2021, **toutes nos marques qui vendent du café dans leurs restaurants, sauf deux, ont opté pour des sources d'approvisionnement certifiées Rainforest Alliance**, et nous sommes en train de préparer la transition de nos deux marques restantes vers l'adoption de ces produits d'ici la fin de l'année 2022, comme prévu.

## PRODUIT VÉGÉTAL

Les produits frais continuent de jouer un rôle croissant dans le secteur de la restauration en Amérique du Nord, en raison de l'évolution des habitudes alimentaires, du désir des clients de se voir proposer des choix de menu plus sains et de la multiplication des substituts de viande à base de plantes.

Bien que nos programmes d'approvisionnement durable ont généralement été axés sur les protéines animales, qui représentent la majorité des dépenses globales de Recipe en ce qui concerne l'approvisionnement alimentaire, en 2022, nous entamerons un travail d'identification des normes, certifications et pratiques sociales et/ou environnementales applicables aux produits frais à chaque étape de notre chaîne d'approvisionnement.

Notre objectif est de mieux comprendre ce que nos fournisseurs et producteurs font actuellement pour promouvoir l'agriculture durable (par exemple, pour assurer la santé des sols, la biodiversité, la conservation de l'eau et de l'énergie) et les droits de l'homme, ainsi que leurs engagements futurs. Ces informations contribueront à informer et à améliorer nos pratiques d'approvisionnement durable en matière de produits frais.



# SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

En tant que plus grande entreprise de restauration à service complet du Canada, nous nous engageons à ce que nos restaurants servent des repas délicieux préparés avec des ingrédients de qualité supérieure, tout en respectant les diverses normes et exigences réglementaires du pays en matière d'hygiène et de salubrité des aliments. Nos programmes de sécurité alimentaire nous aident à assurer la sécurité et le bien-être de nos clients.

Nos fournisseurs agréés, qui vendent ou transforment nos ingrédients, doivent partager cet engagement. Ils doivent notamment détenir des certifications relatives à une norme de sécurité alimentaire reconnue, telle que l'Initiative mondiale pour la sécurité des aliments (GFSI). Nous offrons à nos fournisseurs locaux et de petite taille un soutien et des conseils adaptés pour faciliter l'obtention de cette certification ou le respect d'autres normes acceptables.

Le programme de sécurité alimentaire de Recipe et les normes associées respectent, et dépassent fréquemment, les exigences minimales réglementaires. Le programme de salubrité alimentaire destiné à nos restaurants englobe des procédures d'exploitation normalisées rigoureuses, des vérifications indépendantes par des tiers et des programmes de formation complets pour nos collaborateurs.

Nous disposons d'une équipe interne composée de spécialistes techniques, de la sécurité alimentaire, de l'assurance qualité et des affaires réglementaires qui contribuent à l'amélioration continue de la salubrité alimentaire, au développement des produits et à la sélection et à l'approbation des fournisseurs pour l'entreprise.

## FORMATION ET CERTIFICATION EN MATIÈRE DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Les membres du personnel de nos restaurants participent à notre programme de formation sur la salubrité des aliments, conçu spécifiquement pour nos marques de restaurants. Grâce à cette formation, ils apprennent à connaître les risques potentiels liés à la salubrité alimentaire dans l'environnement des restaurants et à mettre en place les contrôles appropriés pour les prévenir. Notre objectif est de nous assurer que chaque membre comprenne son rôle et ses responsabilités dans la promotion et la mise en œuvre des pratiques et des contrôles de sécurité alimentaire de Recipe.

Tous les responsables de nos restaurants sont tenus d'être des manipulateurs d'aliments certifiés. La formation et le test écrit subséquent portent sur la manipulation sécuritaire des aliments, les maladies d'origine alimentaire, les bactéries, les méthodes de nettoyage et d'assainissement, et les allergies alimentaires. Le contenu du cours est approuvé et avalisé par les organismes de réglementation compétents. Une formation complémentaire sur la salubrité des aliments est également disponible à la demande sur RU Game, notre plateforme d'apprentissage en ligne.

## AUDITS DE LA SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Recipe effectue régulièrement des audits inopinés de la salubrité des aliments dans tous les établissements de nos marques au Canada par le biais d'une organisation tierce\*. Les audits de tierce partie sont effectués deux fois par an et visent à examiner la conformité au programme de sécurité alimentaire, le respect des procédures opérationnelles standard et la gestion des risques au niveau des restaurants. L'évaluation effectuée par le tiers est très complète et comprend plus de 100 points.

## SALUBRITÉ ALIMENTAIRE ET GESTION DE L'HYGIÈNE

Recipe s'associe à des leaders mondiaux de la gestion de l'hygiène et de la technologie sanitaire pour accompagner ses restaurants dans la gestion de leur programme d'hygiène et de salubrité, en s'assurant que les exigences de ce dernier permettent en permanence d'atteindre ou de dépasser les objectifs fixés.

\* À l'exception de The Keg qui a son propre programme d'audit (interne) de sécurité alimentaire impliquant un minimum de deux audits inopinés annuels par site chaque année. Ce dernier permet d'évaluer le respect de plus de 200 tâches liées à la salubrité alimentaire lors de chaque audit.

## FRESH, LA PLUS GRANDE MARQUE DE RESTAURANTS CONCEVANT DES MENUS À BASE DE PLANTES AU CANADA, FAIT DÉSORMAIS PARTIE DE RECIPÉ!

Aux quatre coins du Canada, les marques de Recipe offrent un large éventail de cuisines et de choix de restauration, que vous ayez envie d'une collation rapide ou de savourer quelque chose de plus consistant. Nous nous adaptons à l'évolution des habitudes alimentaires de nos clients et répondons à leur volonté de se voir offrir plus de choix et des alternatives plus saines à base de plantes.

En fait, plusieurs de nos marques proposent des solutions végétariennes et végétaliennes ainsi que des produits « sans gluten ». À ce jeu, aucun établissement ne peut égaler Fresh, la plus grande marque de restaurants qui offre des produits à base de plantes au Canada, aujourd'hui membre de la famille Recipe.

Depuis plus de 20 ans, **Fresh** s'est donné pour mission de prouver qu'une alimentation à base de plantes peut être satisfaisante, énergisante et appétissante... aussi bien pour les végétaliens que pour les omnivores. Les aliments à base de plantes n'ont jamais eu aussi bon goût.

Depuis 1999, Fresh propose un menu végétarien et végétalien moderne et concocte de délicieux jus de fruits et de légumes qui séduisent tous les palais. Les aliments sont préparés quotidiennement sur place, à partir d'ingrédients entiers, naturels et 100 % végétaux.

L'établissement propose également une gamme complète de jus bruts, biologiques et pressés à froid, réalisés à partir d'ingrédients artisanaux locaux, ainsi qu'une gamme de produits de détail et des kits de repas disponibles en ligne ou en magasin auprès des partenaires détaillants participants.

## CHOIX, NUTRITION ET MARKETING



### Saumon grillé et grains

Du saumon grillé et juteux, accompagné d'un mélange de quinoa au riz rouge, de tomates cerises et de concombres. Servi avec une vinaigrette piquante à l'agave et au citron vert ainsi qu'une pomme Granny Smith.



### Bol de poulet aux superaliments

Poitrine de poulet grillée tendre, concombres croustillants, carottes râpées et baies assorties sur un lit de riz brun moelleux. Servi avec une sauce teriyaki piquante sur le côté.



### Bol de poulet à l'asiatique

Une poitrine de poulet rôtie accompagnée d'un riz complet à grains mixtes. Servi avec des carottes râpées, des pois verts, des poivrons et des mandarines et ananas juteux. Garni de la sauce classique des brochettes de poulet de St-Hubert.



## CHOIX, NUTRITION ET MARKETING

### NOUS AMÉLIORONS LES CHOIX DE REPAS SAINS DANS NOS MENUS POUR ENFANTS

Nous sommes conscients que nos clients veulent plus de choix et davantage de plats équilibrés, surtout en ce qui concerne les menus pour enfants. C'est pourquoi les chefs de nos différentes marques travaillent d'arrache-pied à l'élaboration de **délicieux menus sains pour les enfants\*** élaborés selon la méthode des assiettes et conformément aux directives du **Guide alimentaire canadien** :

- ½ de l'assiette consacré aux fruits et/ou légumes
- ¼ de l'assiette consacré aux protéines maigres (les protéines d'origine végétale sont recommandées)
- ¼ de l'assiette consacré aux céréales complètes
- Le sodium, les sucres et les graisses saturées doivent représenter moins de 30 % de la valeur quotidienne recommandée
- Les produits frits et ultra transformés ainsi que les sucres ajoutés sont à éviter
- La valeur calorique ne doit pas dépasser ⅓ de la valeur quotidienne recommandée pour l'apport calorique

Voici quelques exemples des choix de menus pour enfants savoureux et nourrissants proposés par nos marques.

\* Ne concerne pas les marques qui n'ont pas de menu pour enfants : NYF, The Burger's Priest, Anejo, Blanco Cantina et Fresh.

# CHOIX, NUTRITION ET MARKETING

Dans les établissements de nos marques, les clients peuvent trouver de délicieuses propositions de menu ainsi que les informations nutritionnelles et allergiques dont ils ont besoin pour choisir les repas qui correspondent à leur style de vie, à leurs préférences alimentaires et à leurs exigences diététiques.

Nous mettons à la disposition de nos clients des informations nutritionnelles complètes par le biais de nos menus, de nos cartes et de nos publicités. Nos grandes marques offrent également la possibilité de consulter **les informations nutritionnelles et allergènes sur des téléphones portables et sur leurs différents sites web**, ce qui permet à nos clients d'accéder aux informations dont ils ont besoin dans le confort de leur foyer ou lorsqu'ils mangent dans l'un de nos restaurants.

## MARKETING RESPONSABLE

Recipe s'engage à adopter des pratiques responsables en matière d'étiquetage et de publicité au sein de ses marques. Nous comprenons et suivons activement les normes et directives liées à la publicité au Canada, et nous ne cibons pas les enfants dans nos publicités numériques, télévisées et radiophoniques.





# RÉCUPÉRATION DE NOURRITURE

Nous nous efforçons continuellement d'améliorer nos processus afin de prévoir avec précision nos besoins alimentaires dans le but de limiter autant que possible le gaspillage alimentaire tout au long de notre chaîne d'approvisionnement. En 2021, nous avons affiné nos processus pour mieux quantifier les produits excédentaires spécifiques (et leur valeur) que nous avons mis à disposition de nos centres de distribution pour des dons aux organismes de bienfaisance participants à travers le Canada.

**EN 2021, PLUS DE 92 000 \$\* D'ALIMENTS  
EXCÉDENTAIRES SAVOUREUX ET SALUBRES ONT ÉTÉ  
DONNÉS À TRAVERS LE CANADA.**

\* Les excédents alimentaires ont été offerts à divers organismes de bienfaisance à travers le Canada par l'intermédiaire de nos partenaires de distribution. 485 000 \$ ont également été donnés grâce aux activités de fabrication et de vente au détail de St-Hubert.



# PROGRÈS PAR RAPPORT À NOS ENGAGEMENTS EN MATIÈRE LA NOURRITURE

## STATUT DE L'OBJECTIF :

✓ TERMINÉ    ↗ EN COURS    — SUR LA MAUVAISE VOIE / EN DESSOUS DE L'OBJECTIF

Nous sommes fiers des progrès que nous réalisons par rapport à de nombreux objectifs envers la Nourriture que nous avons communiqués pour la première fois dans notre rapport RSE 2020.

NOURRITURE	NOS ENGAGEMENTS	STATUT	PROGRÈS
Sources d'approvisionnement durables	D'ici fin <b>2021</b> , recueillir des renseignements auprès de nos fournisseurs sur leur utilisation des <b>cages de gestation</b> et leurs objectifs de transition.	✓	Nous avons mené une enquête auprès de nos fournisseurs de viande de porc à la fin de l'année 2021. 44 % de la viande de porc que nous avons achetée (en termes de poids) en 2021 a été fournie par des producteurs ayant adopté dans le cadre de leurs activités des systèmes avancés de logement ouvert des truies. Nos trois plus grands fournisseurs de porc en 2021, qui représentaient 76 % de nos dépenses en porc, sont à différents stades de leur parcours vers l'abandon de l'utilisation des cages de gestation dans le cadre de leurs activités. L'un d'entre eux a opté pour des systèmes avancés de logement ouvert des truies dans toutes les installations qu'il possède. Un autre a converti environ 40 % de ses installations et prévoit de convertir le reste de ses activités d'ici à 2029. Notre troisième fournisseur clé soutient les agriculteurs indépendants qui s'efforcent de respecter les normes et les pratiques établies par le CNSAE et le Conseil canadien du porc en matière de soins et de manipulation des porcs.
	D'ici à la fin de <b>2022</b> , <b>améliorer les critères de sélection de nos fournisseurs</b> et les exigences en matière de salubrité alimentaire afin de nous assurer que nous continuerons à nous associer à des producteurs et des fournisseurs qui sont à l'avant-garde de la production alimentaire durable du point de vue environnemental et social.	↗	En 2021, nous avons commencé l'important travail d'amélioration de notre Code de conduite des fournisseurs pour nous assurer que nous continuerons à collaborer avec des producteurs et des fournisseurs qui adhèrent aux mêmes normes élevées en matière de sécurité au travail, de traitement équitable et respectueux des employés, ainsi qu'aux pratiques légales et éthiques alignées sur nos propres valeurs fondamentales. Le code sera distribué à nos principaux fournisseurs de produits alimentaires et disponible sur le site web de Recipe d'ici la fin de 2022.
	D'ici à la fin de <b>2022</b> , <b>100 % du café</b> acheté par Recipe <b>répondra aux normes de certification sociale et/ou environnementale</b> .	↗	Globalement, 19 % du café que nous avons acheté en 2021 était certifié. En 2021, nous avons permis à 12 de nos marques qui vendent du café dans leurs restaurants d'adopter des sources certifiées. Des plans ont été établis pour permettre aux deux marques restantes d'adopter ces sources d'ici la fin de 2022.
	D'ici à la fin de <b>2022</b> , <b>100 % des produits de la mer</b> (à l'exception des calamars) achetés par Recipe seront <b>certifiés par une tierce partie</b> .	↗	82 % des fruits de mer que nous nous sommes procurés en 2021 étaient certifiés par une tierce partie et nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif de 100 % d'ici la fin de 2022.
	D'ici la fin de <b>2024</b> , Recipe sera un <b>membre certifié</b> en ce qui concerne la norme de la chaîne de traçabilité MSC.	↗	Nous nous engageons avec nos marques et le MSC à identifier et à prioriser des produits de la mer susceptibles de satisfaire aux exigences de la norme de la chaîne de traçabilité.
	D'ici la fin de <b>2025</b> , <b>100 % des marques</b> de Recipe <b>seront membres de la Table ronde canadienne sur le bœuf durable (TRCB)</b> . Recipe augmentera également la part des achats de bœuf provenant de sources certifiées par la TRCB lorsque l'offre sera plus importante grâce à l'adhésion des agriculteurs et des transformateurs au programme TRCB. <i>Remarque : L'atteinte de cet objectif dépendra de l'offre de produits certifiés par la TRCB et des volumes disponibles au Canada.</i>	↗	Harvey's est un fier membre de la TRCB depuis 2019. Nous travaillons activement avec cette initiative pour estimer les volumes futurs de bœuf certifié TRCB afin d'informer les plans d'adoption de nos marques restantes. L'adoption du bœuf certifié TRCB est en bonne voie pour Montana's.

# PROGRÈS PAR RAPPORT À NOS ENGAGEMENTS EN MATIÈRE LA NOURRITURE

STATUT DE L'OBJECTIF :






TERMINÉ



EN COURS



SUR LA MAUVAISE VOIE / EN DESSOUS DE L'OBJECTIF

NOURRITURE	NOS ENGAGEMENTS	STATUT	PROGRÈS
Sources d'approvisionnement durables	Déterminer et améliorer les pratiques d'approvisionnement durable en matière de produits frais. Notre objectif est de mieux comprendre les certifications sociales et/ou environnementales relatives à cette catégorie et ce que font nos fournisseurs pour soutenir l'agriculture durable.		Ces efforts seront déployés en 2022, comme prévu. Notre objectif est de mieux comprendre ce que nos fournisseurs et producteurs font actuellement pour soutenir l'agriculture durable (par exemple, pour assurer la santé des sols, la biodiversité, la conservation de l'eau et de l'énergie) et les droits de l'homme, ainsi que leurs engagements et plans futurs dans ces domaines.
Choix et nutrition	D'ici la fin de <b>2022</b> , Recipe veillera à ce que <b>les différents menus pour enfants</b> de chaque marque comportent au moins <b>un produit sain préparé</b> conformément au <b>Guide alimentaire canadien</b> .  <i>Sont exclues les marques qui n'offrent pas de menu pour enfants : NYF, The Burger's Priest, Anejo, Blanco Cantina et Fresh.</i>		Les chefs de nos différentes marques ont bien avancé dans le cadre de l'élaboration d'un menu sain pour les enfants conforme au Guide alimentaire canadien. Toutes les marques concernées lanceront leur délicieux menu pour enfants d'ici la fin de 2022.
Récupération de nourriture	D'ici la fin de <b>2021</b> , Recipe mettra en place un processus qui nous permettra de <b>mieux identifier et quantifier</b> les <b>produits alimentaires excédentaires spécifiques</b> (et leur valeur) donnés par nos centres de distribution aux organismes de bienfaisance participants.		En 2021, nous avons affiné nos processus pour mieux quantifier les produits excédentaires spécifiques (et leur valeur) que nous avons mis à disposition de nos centres de distribution pour des dons aux organismes de bienfaisance participants à travers le Canada. En 2021, plus de 92 000 \$ d'aliments excédentaires ont été donnés par l'intermédiaire de nos partenaires de distribution, et 485 000 \$ de produits excédentaires ont été donnés dans le cadre des activités de fabrication et de vente au détail de St-Hubert.

Nous voulons utiliser nos moyens à bon escient en développant et en exploitant notre entreprise de manière durable, en réduisant de manière mesurée notre consommation d'énergie et d'eau, en faisant évoluer et en minimisant les emballages pour les clients que nous utilisons, et en réduisant activement nos déchets de fonctionnement.

## FAITS SAILLANTS DE 2021

- **Réduction de 15 % de notre consommation d'énergie et d'eau entre 2018 et 2021**, en concrétisant notre plan stratégique de gestion de l'énergie (PSGE) et en réalisant nos objectifs.
- **Obtention du prix mondial PAC pour la conception d'emballages durables** innovants à base de papier de Swiss Chalet.
- Maintien de l'attention portée à l'échelle du système sur la **durabilité des emballages** :
  - **Nous avons réalisé notre objectif visant à éliminer les SPFA** pour toutes les marques de restaurants originales concernées au Canada à la fin de 2021; nos deux plus récentes acquisitions seront exemptes de SPFA à partir de l'automne 2022.
  - **93 % des emballages** destinés aux clients (à l'exclusion des AUU) sont fabriqués **à partir de sources renouvelables, recyclables ou recyclées**.
  - **97 % des emballages à base de papier** (à l'exception des AUU) sont fabriqués à partir de fibres **provenant de sources certifiées** et vouées à la croissance et à la préservation des forêts.
- Réalisation **d'audits de déchets dans les restaurants** pour mieux comprendre les volumes de déchets générés par Recipe.

# PLAN ÈTE



# CONCEPTION ET CONSTRUCTION ÉCOLOGIQUES

## GESTION DE L'ÉNERGIE ET DE L'EAU : NOUS AVONS RÉDUIT NOTRE CONSOMMATION DE 15 %

En tant que plus grande entreprise de restauration à service complet du Canada, avec plus de 1 200 restaurants situés d'un océan à l'autre, nous avons la responsabilité de comprendre notre empreinte environnementale et d'adopter des mesures significatives afin de réduire l'impact de nos activités.

En 2018, nous avons entamé notre démarche envers la durabilité en évaluant nos valeurs de référence en matière de consommation d'énergie (notamment d'électricité et de gaz naturel) et d'eau et en définissant notre Plan stratégique de gestion de l'énergie (PSGE)\* 2018-2021, lequel nous a permis de fixer notre objectif visant à réduire notre consommation d'énergie et d'eau de 15 % d'ici à la fin de 2021.

Pour atteindre nos objectifs PSGE, nous nous sommes associés à nos marques emblématiques pour mener à bien **299 initiatives qui ont déployé des technologies novatrices en matière d'économie d'énergie et d'eau** au sein de nos restaurants, notamment :

- **Des thermostats dotés de capacité d'apprentissage** qui ajustent le chauffage et la climatisation pour fournir la température idéale
- **L'optimisation des hottes de cuisine**, y compris les capteurs qui contrôlent automatiquement la vitesse du ventilateur, la ventilation et le débit d'air pour offrir une expérience de cuisson plus silencieuse et plus confortable aux coéquipiers
- **L'éclairage DEL** à haut rendement énergétique
- **Le contrôle des congélateurs-chambres et l'amélioration du système de réfrigération** en vue de l'optimisation de la consommation d'énergie dans la chambre froide et les congélateurs-chambres.
- **Les appareils de traitement de l'eau à faible débit** qui permettent un nettoyage plus économe en eau

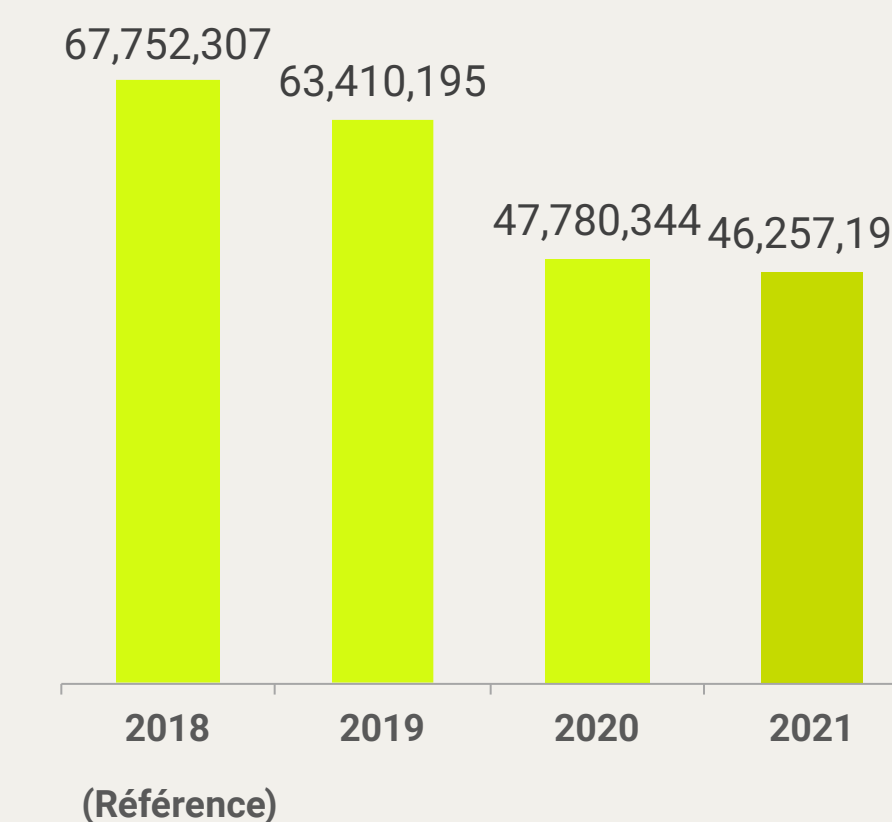
Nos efforts en matière de conservation étant soutenus par les fermetures liées à la COVID-19 et la réduction des opérations en 2020 et 2021, nous continuerons à surveiller la réalisation de cet objectif en 2022.

\* Les valeurs de référence et les résultats de notre PSGE sont établis selon la consommation totale d'énergie et la consommation totale d'eau sur des établissements similaires pour lesquels nous disposons de données sur la consommation d'énergie et/ou d'eau en 2018, 2019, 2020 et 2021.

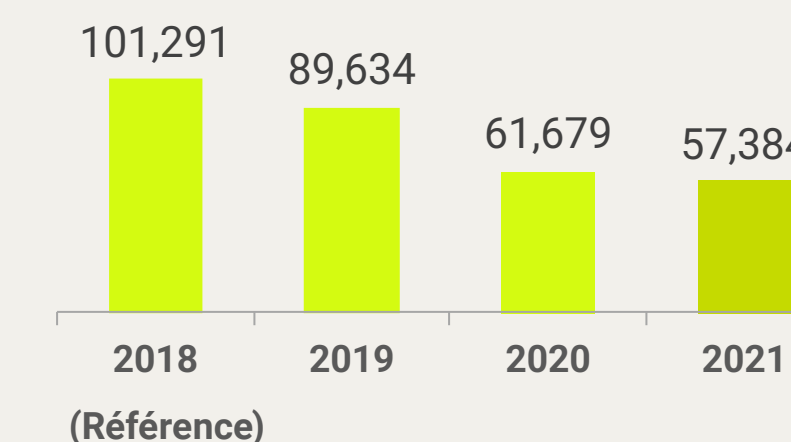


Nous sommes fiers d'avoir **réduit notre consommation d'énergie et d'eau de 15 %**, atteignant ainsi les objectifs ambitieux du PSGE que nous avons fixés en 2018.

### Consommation totale d'énergie\*\* (kW-e)



### Consommation totale d'eau\*\* (m<sup>3</sup>)



\*\* Les valeurs de référence et les résultats du PSGE sont établis selon la consommation totale d'énergie et d'eau des 62 établissements pour lesquels nous disposons de données sur la consommation d'énergie (électricité et gaz) et des 24 établissements pour lesquels nous disposons de données sur la consommation d'eau pour 2018, 2019, 2020 et 2021. Les résultats de la consommation pour 2020 et 2021 reflètent la réduction des activités résultant de la COVID-19.

# CONCEPTION ET CONSTRUCTION ÉCOLOGIQUES

## ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE (GES)

Chez Recipe, nous reconnaissons que le changement climatique est un problème sérieux qui nécessite une action concertée, et bien que nous ayons atteint nos objectifs initiaux en matière de réduction de la consommation d'énergie et d'eau (c'est-à-dire le PSGE), il nous reste encore beaucoup à faire.

La prochaine phase pluriannuelle de notre démarche envers la durabilité, dont le lancement est prévu en 2022, comprendra les éléments suivants :

### Mesurer nos émissions de gaz à effet de serre

#### Début 2022

- Évaluer nos émissions de carbone pour les catégories de portée 1, 2 et les catégories de portée 3 prioritaires

### Définir notre stratégie et nos objectifs en matière de réduction des GES

#### Début 2023

- Identifier les nouvelles possibilités ou les possibilités améliorées en matière de réduction de nos émissions de GES
- Définir des objectifs significatifs en matière de réduction
- Élaborer une stratégie GES prévoyant des initiatives prioritaires et une feuille de route qui nous permettront d'atteindre nos objectifs en matière de réduction

### Exécution et suivi de nos progrès

#### 2023 et après

- Mettre en œuvre des initiatives et suivre les progrès accomplis dans la réalisation de nos objectifs en matière de réduction des gaz à effet de serre

Nous sommes enthousiastes à l'idée de passer à la phase suivante de notre démarche envers la durabilité, car elle permettra de compléter et d'amplifier les mesures significatives que nous avons déjà adoptées pour réduire notre empreinte carbone.



## MESURES QUE NOUS AVONS DÉJÀ ADOPTÉES POUR RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

- Mise en œuvre de **technologies de conservation de l'énergie et de l'eau** dans le cadre de la modernisation, de la rénovation et de la construction de nouveaux restaurants (par exemple, éclairage DEL, thermostats dotés de la capacité d'apprentissage, contrôles de congélateurs-chambres, ventilation de cuisine avec contrôle à la demande, appareils à faible débit d'eau et aérateurs de robinets).
- Passage à une énergie plus propre en **remplaçant les équipements de cuisine au gaz naturel par des solutions électriques** dans certains restaurants.
- Promotion de l'efficacité et de la longévité des technologies de cuisine par le biais d'un **programme de formation sur les installations et l'entretien**.
- Passage à des **véhicules hybrides/électriques à St-Hubert**, et achat de **compensations de carbone** pour les émissions générées par la flotte de voitures de livraison de St-Hubert.
- **Recyclage de déchets électroniques** du siège social et des restaurants.
- **Don d'excédent de nourriture** par l'intermédiaire de nos centres de distribution.
- Promotion d'un **lieu de travail hybride/virtuel**, contribuant ainsi à réduire les émissions résultant des déplacements des employés.
- Appui aux **programmes de séquestration du carbone** grâce à l'initiative de plantation d'arbres de Harvey's en partenariat avec Arbres Canada.



## HARVEY'S S'ASSOCIE À ARBRES CANADA POUR AIDER À PRÉSERVER LA BEAUTÉ DU CANADA!

Harvey's s'est engagé à mettre en œuvre des initiatives durables dans le cadre de ses activités au Canada, notamment en adoptant des emballages écologiques, en déployant des technologies d'économie d'énergie et d'eau, en s'approvisionnant à hauteur d'au moins 30 % en viande de bœuf Original Burger auprès de fermes certifiées par la Table ronde canadienne sur le bœuf durable et, à partir de 2021, en participant à la plantation d'arbres d'un océan à l'autre en partenariat avec Arbres Canada.

En 2021, grâce à son initiative de plantation d'arbres, Harvey's a aidé à planter environ **35 000 arbres à travers le Canada, soit 10 000 de plus que prévu!** L'objectif pour 2022 : 50 000 arbres plantés en partenariat avec Arbres Canada.

L'amélioration de nos forêts et de nos espaces verts urbains présente de nombreux avantages environnementaux, sociaux et économiques, car les arbres\* :

- piègent le carbone et contribuent à réduire l'effet de serre
- fournissent de la nourriture et un abri à de nombreux animaux
- aident à prévenir l'érosion du sol
- contribuent à la conservation de l'énergie en procurant de l'ombre, un refroidissement et une réduction du vent
- contribuent à renforcer la valeur immobilière
- favorisent le bien-être psychologique et physique (par exemple, en améliorant l'humeur, en permettant les loisirs)

En plus de son initiative de plantation d'arbres et de ses autres efforts en matière de durabilité, Harvey's, ainsi que d'autres marques du portefeuille de Recipe, participera activement à l'évaluation de nos émissions de gaz à effet de serre dans le but d'établir des objectifs significatifs dans la réduction des GES pour l'avenir.

\* Sources : Arbres Canada : [Les avantages des arbres.](#)



# EMBALLAGES DURABLES

L'emballage destiné aux clients a toujours joué un rôle important pour aider Recipe à offrir une expérience gastronomique exceptionnelle, surtout lorsque les clients choisissent l'une de nos marques à service rapide, ou nos canaux de livraison ou de vente à emporter. La pandémie de COVID-19 n'a fait qu'amplifier l'importance de l'emballage destiné aux clients dans nos activités de restauration.

Compte tenu de notre taille et de notre envergure, nous sommes constamment à la recherche de solutions novatrices pour améliorer la durabilité des emballages que nous utilisons dans plus de 1 200 restaurants au Canada.

Nous sommes convaincus qu'une stratégie solide en matière d'emballage durable devrait comprendre un volet de réduction et de réacheminement, que nous avons intégré à nos Principes directeurs en matière d'emballage durable que nous appliquons activement pour déterminer les améliorations à apporter aux emballages destinés à nos clients.



## PRINCIPES DIRECTEURS DE RECIPE EN MATIÈRE D'EMBALLAGES DURABLES

- Éliminer ou réduire les articles à usage unique (A UU), en particulier le plastique, dans la mesure du possible.
- Remplacer les emballages en plastique par des options plus durables dans la mesure du possible.
- Augmenter la recyclabilité des emballages et des A UU afin de détourner les emballages de la mise en décharge.
- Augmenter le contenu recyclé de nos emballages pour soutenir l'économie circulaire en créant une demande de matériaux recyclés.
- Rechercher des produits d'emballage fabriqués à partir de matériaux dont nous sommes certains qu'ils peuvent être détournés de la mise en décharge, car les installations de recyclage ou de traitement nécessaires existent déjà au Canada.
- Travailler avec les fournisseurs pour améliorer la qualité des produits d'emballage plus durables et les rendre plus abordables.
- Veiller à ce que les spécifications des emballages continuent de s'aligner sur les règlements et la législation municipale, provinciale et fédérale en constante évolution.
- Sensibiliser tous les paliers de gouvernement à une approche plus harmonisée de la loi sur l'emballage.



# EMBALLAGES DURABLES

## NOUS PASSONS À DES EMBALLAGES ET DES ARTICLES À USAGE UNIQUE EXEMPTS DE SPFA

Depuis 2018, nous avons établi un partenariat avec nos marques de restaurants emblématiques pour identifier, tester et lancer des solutions d'emballage conformes à nos principes directeurs en matière d'emballage durable.

Dans notre rapport RSE 2020, nous avons pris quatre engagements importants pour accroître la durabilité générale de nos emballages. L'un de ces engagements importants consiste à **n'utiliser que des emballages et des articles à usage unique (AUU) exempts de SPFA dans l'ensemble de nos restaurants.**

**Les emballages destinés aux clients et les AUU que Recipe utilise dans toutes nos marques et tous nos restaurants emblématiques au Canada seront exempts de SPFA à compter de l'automne 2022!\***

Nous avons atteint cet objectif comme prévu d'ici la fin de l'année 2021 pour toutes nos marques initiales concernées, et nous travaillons avec nos deux plus récentes acquisitions, The Burger's Priest et Fresh, pour les faire passer à des solutions exemptes de SPFA plus tard cet automne.

\* Basés sur les substrats d'emballage primaire (p. ex., récipients, emballages, tasses, boîtes sèches) et secondaire (p. ex., sacs en papier, porte-tasses) ainsi que sur les articles à usage unique (p. ex., serviettes de table, pailles, couverts) achetés en 2021 pour être utilisés dans l'ensemble de notre réseau de restaurants corporatifs et franchisés ainsi que dans 6 établissements en coentreprise au Canada. Les résultats reflètent les données de toutes les marques, à l'exception de Milestones et de la coentreprise 1909 Taverne Moderne, que nous avons cédées en 2021. Sont également exclues les activités de fabrication et de vente au détail de St-Hubert.



## RAISON POUR LAQUELLE NOUS ÉLIMINONS LES SPFA DE NOS EMBALLAGES

Les substances per- et polyfluoroalkyles (SPFA) représentent un groupe de produits chimiques fabriqués qui ont été mis au point dans les années 1940. Connus pour leurs propriétés anti-taches, anti-graisse et hydrofuges, les SPFA sont utilisés dans divers produits industriels et de consommation (ménagers), par exemple dans les ustensiles de cuisine antiadhésifs, les produits de nettoyage, les produits de soins personnels et les produits cosmétiques, les peintures, les vernis et les produits d'étanchéité, les textiles résistant aux taches et à l'eau ainsi que les récipients et emballages alimentaires.

Compte tenu de leurs propriétés chimiques, les SPFA ne se décomposent pas facilement et sont parfois qualifiés de produits chimiques « éternels ». En raison de leur utilisation et de leur longévité, les SPFA peuvent être présents dans nos environnements domestiques et professionnels, dans l'eau, le sol, l'air et la nourriture.

Des études récentes suggèrent que ces produits chimiques peuvent s'accumuler dans notre corps et avoir des effets nocifs sur la santé des personnes, notamment un risque accru de certains cancers\*\*.

Par conséquent, nous voulons **FAIRE CE QUI EST JUSTE** et utiliser des emballages et des articles à usage unique (AUU) exempts de SPFA dans toutes les marques de nos restaurants.

\*\* Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site web de [Santé Canada](#).

# EMBALLAGES DURABLES



## NOUS PASSONS ÉGALEMENT À DES EMBALLAGES RENOUVELABLES, RECYCLABLES ET CERTIFIÉS

Nous progressons régulièrement dans la réalisation de nos trois autres objectifs importants en matière d'emballages durables, que nous sommes en passe d'atteindre d'ici à la fin de 2022, comme prévu :

### OBJECTIF

Tous les emballages destinés aux clients (à l'exception des AUU) proviendront de sources renouvelables, recyclables ou recyclées.

Tous les emballages à base de plastique (à l'exclusion des AUU) seront recyclables et, dans la mesure du possible, composés d'éléments recyclés.

Tous les contenants d'emballage à base de papier (à l'exception des AUU) proviendront de sources certifiées.

### PROGRESSION

**93%\***

(↑ 3% à partir de 2020)

**78%\***

(↑ 7% à partir de 2020)

**97%\***

(↑ 2% à partir de 2020)

Pour atteindre nos quatre objectifs en matière d'emballage durable, nous devons trouver des solutions de rechange durables pour 295 emballages et articles à usage unique que nous utilisons dans nos restaurants au Canada. À ce jour, près de 90 % de ces articles ont fait l'objet d'une transition complète vers des solutions durables ou sont en voie d'être déployés d'un océan à l'autre.

\* Les résultats concernent les substrats d'emballage primaire (par exemple, contenants, emballages, gobelets, boîtes sèches) et secondaire (par exemple, sacs en papier, porte-gobelets) achetés tout au long de l'année 2021 pour être utilisés dans l'ensemble de notre réseau de restaurants corporatifs et franchisés ainsi que dans six établissements en coentreprise au Canada. Les résultats reflètent les données de toutes les marques, à l'exception de Milestones et de la coentreprise 1909 Taverne Moderne que nous avons cédées en 2021. Sont également exclues les activités de fabrication et de vente au détail de St-Hubert.

# EMBALLAGES DURABLES

## SWISS CHALET REMPORTE LE PRIX MONDIAL PAC POUR LA CONCEPTION (D'EMBALLAGES) DURABLES

Swiss Chalet, la marque emblématique de restaurants familiaux à service complet du Canada, a entamé sa démarche envers les emballages durables en 2018. Avec l'arrivée de la COVID-19, l'emballage destiné aux clients est devenu encore plus essentiel pour les activités de Swiss Chalet, car les clients se sont tournés vers les canaux de vente à emporter et de livraison plutôt que de dîner dans l'un des restaurants. La pandémie a encore amplifié le désir et l'urgence pour la marque d'abandonner les emballages plastiques au profit de solutions d'emballage plus durables.

En partenariat avec WestRock, un fournisseur de premier plan de solutions différenciées en matière de papier et d'emballage, ainsi qu'avec Jump Branding and Design, Swiss Chalet a conçu et testé de nombreuses options, pour finalement créer une série d'emballages en papier novateurs fabriqués au Canada à partir de :

**Matériaux 100 % recyclables et recyclés, provenant de sources certifiées et vouées à la croissance et à la préservation des forêts.**

Swiss Chalet estime qu'en adoptant son nouvel emballage en papier, elle **évitera d'utiliser plus de 31 millions de récipients et de couvercles en plastique chaque année au Canada.**

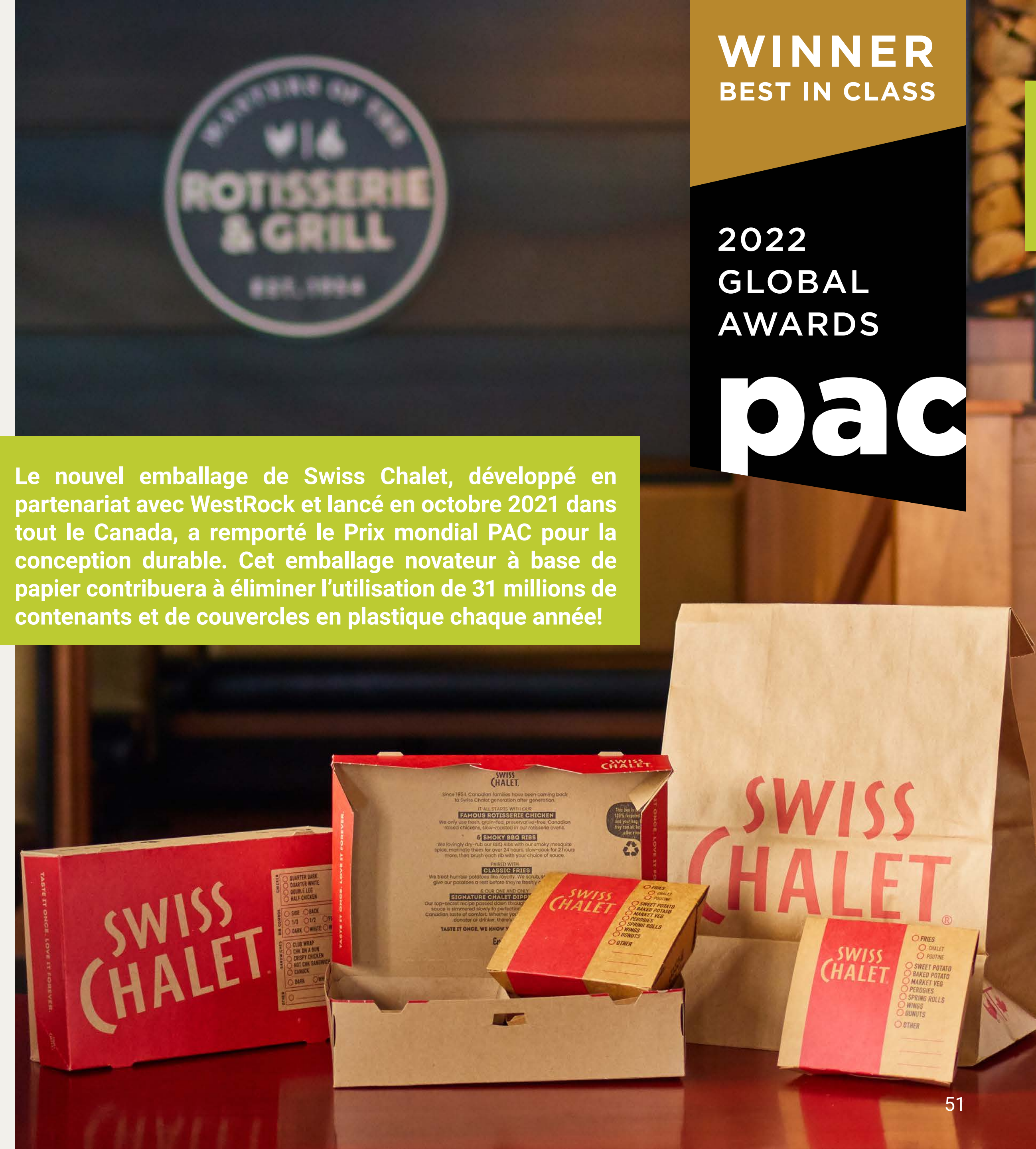
En février 2022, Swiss Chalet et son partenaire en matière d'emballage, WestRock, ont remporté le Prix mondial PAC pour la conception durable, qui récompense les emballages conçus pour la circularité, avec réduction, réutilisation, éléments recyclés, recyclabilité et/ou compostabilité.

Le nouvel emballage de Swiss Chalet, développé en partenariat avec WestRock et lancé en octobre 2021 dans tout le Canada, a remporté le Prix mondial PAC pour la conception durable. Cet emballage novateur à base de papier contribuera à éliminer l'utilisation de 31 millions de contenants et de couvercles en plastique chaque année!

WINNER  
BEST IN CLASS

2022  
GLOBAL  
AWARDS

pac



# GESTION DES DÉCHETS

## NOUS AVONS RÉALISÉ DES AUDITS POUR MIEUX COMPRENDRE LES DÉCHETS GÉNÉRÉS DANS NOS RESTAURANTS

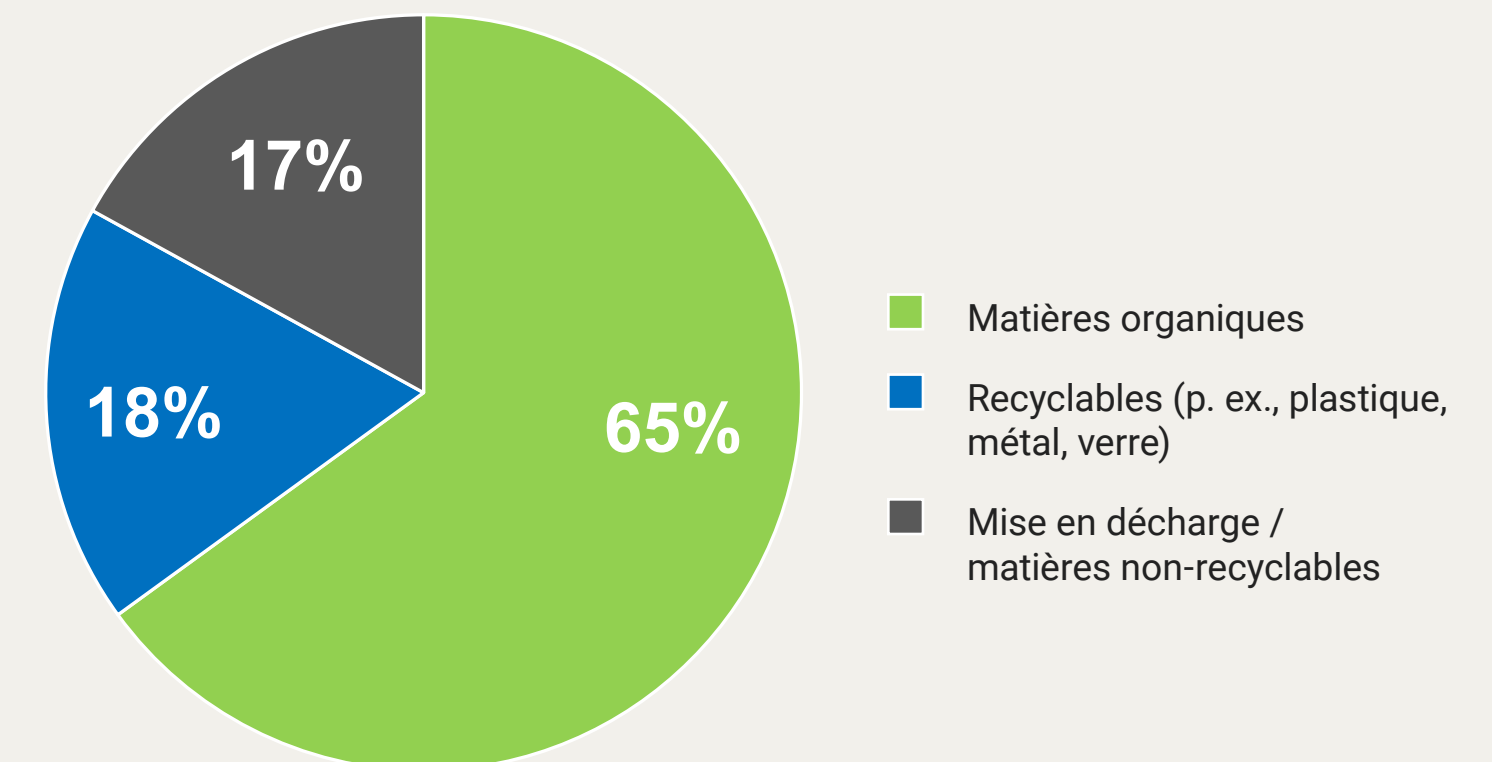
Dans notre rapport RSE 2020, nous nous sommes engagés à réaliser des audits sur les déchets d'ici fin 2022 afin de mieux comprendre la quantité et le type de déchets que nous produisons au sein de nos restaurants.

Nous avons démarré les audits sur les déchets à la fin de l'année 2021, avec quatre établissements pour chaque marque participante. Nous avons orienté les audits sur les déchets vers nos grandes marques et nos concepts uniques afin de recueillir un ensemble de données représentatives susceptibles d'être appliquées au reste de notre portefeuille. Les marques ayant participé aux audits sont Swiss Chalet, St-Hubert, Harvey's, Kelseys, Montana's et East Side Mario's.

Les déchets générés sur une période de 24 heures dans chaque établissement ont été classés par catégorie et pesés, et des renseignements sur les aliments retournés de la salle à manger ont également été recueillis.

Estimation directionnelle des déchets produits dans nos restaurants en 2021 à partir des résultats de notre audit sur les déchets : 21 728 tonnes métriques\*\*

Composition des déchets\*



Nous travaillons maintenant avec nos marques pour examiner de façon plus approfondie les résultats de nos audits relatifs aux déchets afin d'identifier et de hiérarchiser les possibilités visant une meilleure gestion de nos déchets par le biais d'initiatives de réduction et/ou de réacheminement.

\* Les audits relatifs aux déchets n'ont pas inclus l'évaluation du carton ondulé, car la période de collecte de données de 24 heures n'aurait pas permis d'obtenir un volume suffisant et représentatif de ce matériau.

\*\* Nous avons agrégé les volumes de déchets réels de The Keg pour 2021 et exploité le nombre de clients des marques pour 2021, ainsi que le nombre de clients et les déchets générés le jour de l'audit (c'est-à-dire la mise en décharge, les matières organiques, les matières recyclables (à l'exception du carton ondulé)) pour extrapoler le volume de déchets de Recipe pour 2021.

# PROGRÈS PAR RAPPORT À NOS ENGAGEMENTS POUR LA PLANÈTE

STATUT DE L'OBJECTIF :

✓ TERMINÉ    ↗ EN COURS    — SUR LA MAUVAISE VOIE / EN DESSOUS DE L'OBJECTIF

Nous sommes fiers des progrès que nous réalisons par rapport à de nombreux objectifs pour la Planète que nous avons communiqués pour la première fois dans notre rapport RSE 2020.

PLANÈTE	NOS ENGAGEMENTS	STATUT	PROGRÈS
Conception et construction écologiques	S'associer à nos marques à <b>service rapide</b> et à des <b>marques nouvellement acquises</b> en vue de <b>définir des valeurs de référence en matière de consommation d'énergie et d'eau</b> d'ici à la fin de <b>2022</b> .	↗	Nous avons intégré nos marques de service rapide et les marques nouvellement acquises à notre plateforme de gestion de l'énergie. Ensuite, nous regrouperons leurs factures d'électricité et d'eau pour calculer les valeurs de référence nécessaires d'ici à la fin de 2022, comme prévu.
	À partir de janvier <b>2023</b> , les <b>rénovations des restaurants corporatifs à service complet</b> permettront d'atteindre <b>une réduction de 25 % de la consommation d'énergie</b> et de 20 % de la consommation d'eau (par rapport à nos valeurs de référence de 2018).	À confirmer	Ayant réalisé notre Plan stratégique de gestion de l'énergie (PSGE) qui visait à réduire notre consommation d'énergie et d'eau de 15 % d'ici à la fin de 2021 par rapport à nos valeurs de 2018, nous disposons d'une base solide sur laquelle nous pouvons nous appuyer pour poursuivre nos efforts dans la réalisation de ces trois engagements importants. À la fin de 2021, nous avons revu et amélioré nos normes en matière de conception des rénovations et des nouvelles constructions afin d'intégrer un ensemble de technologies d'économie d'énergie et d'eau qui, selon nous, nous permettront d'atteindre ces objectifs. Ensuite, nous recueillerons les données de consommation des rénovations et des nouvelles constructions à venir afin d'affiner nos modèles et de valider les progrès que nous réalisons par rapport à ces objectifs. Une mise à jour plus complète sera fournie dans le rapport RSE de l'année prochaine.
	À partir de janvier <b>2024</b> , les <b>nouvelles constructions de restaurants corporatifs et de franchise à service complet</b> atteindront <b>une réduction de 25 % de la consommation d'énergie</b> et de <b>20 % de la consommation d'eau</b> (par rapport à nos valeurs de 2018).	À confirmer	
	À partir de janvier <b>2023</b> , les <b>rénovations de restaurants franchisés à service complet</b> permettront <b>une réduction de 10 % de la consommation d'énergie</b> (par rapport à nos valeurs de référence de 2018).	À confirmer	

# PROGRÈS PAR RAPPORT À NOS ENGAGEMENTS POUR LA PLANÈTE

STATUT DE L'OBJECTIF :



TERMINÉ



EN COURS



SUR LA MAUVAISE VOIE / EN DESSOUS DE L'OBJECTIF

PLANÈTE	NOS ENGAGEMENTS	STATUT	PROGRÈS
Emballages durables	D'ici à la fin de l'année <b>2021</b> , nous <b>éliminerons les SPFA</b> de nos emballages et des articles à usage unique (AUU).*		Comme prévu, nous sommes exempts de SPFA sur l'ensemble des emballages et des AUU qui faisaient partie de l'objectif* initial lorsque nous l'avons défini en mai 2021. Plus tard dans l'année, nous avons acquis The Burger's Priest and Fresh, avec qui nous avons travaillé pour identifier les emballages et les AUU contenant des SPFA afin de les faire passer à des solutions sans SPFA. Compte tenu de ces changements dans notre portefeuille de marques, à la fin de 2021, nous avons éliminé les SPFA de 99,7 % de nos emballages et AUU. Nous prévoyons d'éliminer les SPFA de nos deux marques restantes au cours de l'automne 2022.
	D'ici à la fin de l'année <b>2022</b> , <b>100 % des emballages destinés aux clients</b> de Recipe (à l'exception des AUU) proviendront de <b>sources renouvelables, recyclables ou recyclées</b> .*		93 % des emballages (à l'exception des AUU) que nous avons approvisionnés en 2021 provenaient de sources renouvelables, recyclables ou recyclées, et nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif de 100 % d'ici à la fin de l'année 2022, y compris pour les marques qui n'étaient initialement pas dans l'objectif (c'est-à-dire The Keg, The Burger's Priest et Fresh).
	D'ici à la fin de l'année <b>2022</b> , <b>100 % des emballages à base de plastique</b> de Recipe (à l'exception des AUU) seront <b>recyclables</b> et, dans la mesure du possible, composés <b>d'éléments recyclés</b> .*		78 % des emballages à base de plastique (à l'exception des AUU) que nous avons approvisionnés en 2021 étaient recyclables et, dans la mesure du possible, constitués d'éléments recyclés, et nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif de 100 % d'ici à la fin de l'année 2022, y compris pour les marques qui n'étaient initialement pas dans la portée (c'est-à-dire The Keg, The Burger's Priest et Fresh).
	D'ici à la fin de l'année <b>2022</b> , <b>100 % des contenants d'emballage à base de papier</b> de Recipe (à l'exception des AUU) proviendront de <b>sources certifiées</b> et vouées à la préservation des forêts.*		97 % des emballages en papier (à l'exception des AUU) que nous avons approvisionnés en 2021 étaient certifiés par une tierce partie, et nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif de 100 % d'ici à la fin de l'année 2022, y compris pour les marques qui n'étaient initialement pas dans la portée (c'est-à-dire The Keg, The Burger's Priest et Fresh).
Gestion des déchets	D'ici à la fin de l'année <b>2022</b> , nous <b>réaliserons des audits relatifs aux déchets</b> afin d'évaluer et de comprendre nos tonnages de référence en ce qui concerne les ordures, le compost, le recyclage et les taux de réacheminement dans l'ensemble de Recipe. Nous aurons ainsi une <b>meilleure connaissance des programmes et les établissements de recyclage et de produits organiques qui existent à proximité de chacun de nos restaurants corporatifs et franchisés</b> afin de renseigner des objectifs clairs en matière de réacheminement des déchets dans le cadre de l'ensemble de nos activités au Canada.		Les audits ont été lancés à la fin de 2021 et comprenaient quatre établissements pour chacune de nos 6 marques clés participantes : Swiss Chalet, St-Hubert, Harvey's, Kelseys, Montana's et East Side Mario's. Les déchets produits sur une période de 24 heures dans chaque établissement ont été classés par catégorie (c'est-à-dire déchets, compost, recyclage) et pesés, et des renseignements sur les aliments retournés par la salle à manger ont également été recueillis. Les résultats de l'audit ont été utilisés pour extrapoler les volumes de déchets de Recipe pour 2021. Des analyses sont en cours pour estimer nos taux de réacheminement, et nous sommes en train de recueillir des renseignements sur les programmes et les établissements de recyclage et de traitement des déchets organiques qui existent à proximité de chacun de nos restaurants corporatifs et franchisés au Canada.

Nous avons fait nos déclarations concernant nos progrès et notre état d'avancement le 25 juillet 2022.

\* Notre performance de base pour 2020 et les objectifs fixés en mai 2021 n'incluaient pas les données provenant de The Keg, The Burger's Priest, Fresh et les activités de fabrication et de vente au détail de St-Hubert.

# RENSEIGNEMENTS PROSPECTIFS

Toutes les déclarations prospectives contenues dans le présent rapport RSE sont formulées en date du 25 juillet 2022 et sont accompagnées de ces avertissements.

Ce rapport RSE renferme des « renseignements prospectifs » au sens des lois sur les valeurs mobilières applicables. Les renseignements prospectifs peuvent se rapporter aux prévisions ainsi qu'à des événements ou résultats anticipés de Recipe et peuvent inclure des renseignements concernant la situation financière, la stratégie commerciale, la stratégie de croissance, les budgets, les activités, les résultats financiers, les impôts, les plans et les objectifs de Recipe. Plus particulièrement, les renseignements concernant les résultats, les performances, les réalisations, les prévisions, les engagements ou les possibilités futurs de Recipe sont des renseignements prospectifs. Dans certains cas, les renseignements prospectifs peuvent être identifiés par l'utilisation de termes prospectifs, tels que « prévoit », « s'engage », « cible », « s'attend » ou « ne s'attend pas », « est prévu », « une possibilité existe », « budget », « programmé », « estime », « prévoit », « a l'intention », « anticipe » ou « n'anticipe pas ou « est convaincu », ou des variantes de ces mots et expressions ou déclarent que certaines mesures, certains événements ou certains résultats « peuvent », « pourraient », « seraient », « sont susceptibles », « seront » ou « seront adoptés », « se produiront » ou « seront atteints ».

Il est possible de retrouver des discussions renfermant des renseignements prospectifs tout au long du présent rapport RSE, y compris, plus particulièrement, sous les rubriques « Progrès par rapport à nos engagements ». Ces déclarations concernant des renseignements prospectifs comprennent, entre autres, des déclarations relatives à Recipe :

- l'engagement de Recipe à accroître la diversité de ses employés et à retenir les talents d'origines diverses;
- le projet de lier la rémunération de l'équipe de direction de Recipe et des personnes de rang supérieur à des objectifs de RSE;
- l'engagement d'atteindre les objectifs fixés en matière de sources d'approvisionnement durables;
- l'intention d'inclure des choix de repas sains dans les menus pour enfants;
- l'amélioration des processus relatifs à l'approvisionnement en nourriture et aux excédents de nourriture;
- les objectifs en matière de réduction de la consommation d'énergie et d'eau;
- l'élimination des SPFA et l'utilisation accrue d'emballages durables; et
- les processus et les objectifs en matière de gestion des déchets.

Ces déclarations et autres renseignements prospectifs sont fondés sur des opinions, des hypothèses et des estimations formulées par Recipe à la lumière de son expérience et de sa perception des tendances historiques, des conditions actuelles et des développements futurs prévus, ainsi que d'autres facteurs que Recipe juge appropriés et raisonnables dans les circonstances. Toutefois, il ne peut être garanti que ces estimations et hypothèses se révèlent exactes.

Les renseignements prospectifs sont nécessairement fondés sur un certain nombre d'opinions, d'hypothèses et d'estimations qui, bien qu'elles soient considérées comme raisonnables par Recipe à la date à laquelle ces déclarations sont formulées, sont sujettes à des risques connus et inconnus, à des incertitudes, à des hypothèses ainsi qu'à d'autres facteurs susceptibles de faire en sorte que les résultats réels, le niveau d'activité, la performance ou les réalisations diffèrent sensiblement de ceux exprimés ou sous-entendus par ces renseignements prospectifs, y compris, mais sans s'y limiter, les facteurs suivants, dont plusieurs sont décrits de façon approfondie sous la rubrique « Facteurs de risque » de la notice annuelle de Recipe datant du 22 mars 2022 et disponible sur SEDAR à l'adresse [www.sedar.com](http://www.sedar.com) : l'élaboration et l'exécution de stratégies de mise en œuvre pour atteindre les objectifs et les engagements déclarés de Recipe; les événements imprévus survenant au cours des activités; le retard ou le défaut d'obtention des approbations nécessaires du conseil d'administration; la capacité de Recipe à mettre en œuvre toute technologie nécessaire pour atteindre de manière efficiente et efficace les objectifs et les engagements; la capacité de Recipe à mettre en œuvre les changements opérationnels nécessaires; la viabilité commerciale et l'évolutivité des stratégies de consommation d'énergie et d'eau; la capacité de Recipe à déployer suffisamment de capitaux pour financer les dépenses nécessaires à la mise en œuvre des changements opérationnels requis pour atteindre ses engagements; le développement et la croissance de la demande du marché final pour des produits et des solutions durables; la performance des tiers; les conditions générales de l'économie, du marché et des activités à l'échelle mondiale; la fluctuation des résultats d'exploitation trimestriels l'industrie de la restauration en général; la concurrence avec d'autres franchiseurs; le contrôle de la qualité et les problèmes de santé; la salubrité alimentaire et les problèmes de sécurité publique; les violations de la sécurité des renseignements confidentiels des clients; la COVID-19 (Coronavirus); l'atteinte à la réputation de Recipe; la disponibilité et la qualité des matières premières; la dépendance envers les fournisseurs; la croissance de Recipe; les franchisés; les redevances de franchise et autres revenus; les relations avec les franchisés; l'ouverture de nouveaux restaurants l'intégration des acquisitions et l'expansion de la marque; la réalisation des synergies attendues des acquisitions; les possibilités d'octroi de licences pour la vente au détail; la saisonnalité et les conditions météorologiques; les réglementations régissant les boissons alcoolisées; les lois concernant les employés; la dépendance à l'égard du personnel clé; les activités de syndicalisation susceptibles de perturber les activités de Recipe; la dépendance à l'égard des technologies de l'information; la propriété intellectuelle; les poursuites judiciaires; la réglementation; et la couverture d'assurance de Recipe. Ces facteurs et hypothèses ne sont pas destinés à représenter une liste complète des facteurs et hypothèses susceptibles d'affecter Recipe et sa capacité à atteindre ses objectifs et engagements. Ces facteurs et hypothèses doivent toutefois être considérés avec précaution.

Recipe a certes essayé d'identifier les facteurs importants qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux contenus dans les renseignements prospectifs, mais il peut exister d'autres facteurs qui font en sorte que les résultats ne soient pas ceux anticipés, estimés ou prévus. Rien ne garantit que ces renseignements se révéleront exacts, car les résultats réels et les événements futurs sont susceptibles de différer sensiblement de ceux prévus dans ces renseignements. Par conséquent, les lecteurs ne doivent pas accorder une confiance excessive aux renseignements prospectifs. Recipe ne s'engage pas à mettre à jour les renseignements prospectifs contenus dans le présent document, sauf si les lois sur les valeurs mobilières applicables l'exigent.