Travaillons ensemble pour un avenir responsable

RAPPORT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2020

En tant que chef de file de l'industrie du commerce de l'accommodation à l'échelle mondiale, nous nous sommes engagés à faciliter la vie de nos clients un peu plus chaque jour. Nous évoluons constamment afin de répondre aux besoins de nos clients, de créer des milieux de travail inclusifs et sécuritaires pour nos employés, de réduire notre empreinte environnementale et d'être un partenaire de confiance dans les communautés que nous servons.

Nous nous appliquons à être la destination préférée pour l'achat de marchandises et de carburant à travers le monde. Nous gagnons la confiance de nos clients en étant un détaillant responsable qui contribue à un avenir plus sain, plus propre et plus sécuritaire pour tous. Dans notre deuxième rapport sur le développement durable, nous vous présentons les progrès réalisés jusqu'à ce jour, ainsi que le chemin que nous avons parcouru pour placer le développement durable à l'avant-plan dans l'ensemble de notre organisation.

Nous espérons que vous apprécierez la lecture de notre rapport ! Vous pouvez nous faire parvenir vos commentaires à l'adresse suivante : www.actevolue.com

ÉTENDUE DU RAPPORT

Le contenu de ce rapport couvre nos activités commerciales aux États-Unis, au Canada et en Europe pour deux exercices, à savoir du 30 avril 2018 au 28 avril 2019 (l'exercice 2019) et du 29 avril 2019 au 26 avril 2020 (l'exercice 2020).

Table des matières

Message du fondateur et président exécutif du conseil, ainsi que du président et chef de la direction 2

Notre entreprise 4

Faits saillants de la performance 5

À propos de ce rapport 6

Domaines d'intérêt dans le développement durable 8

Expérience client 10

Gestion environnementale 18

Nos gens 24

Engagement dans la communauté 32

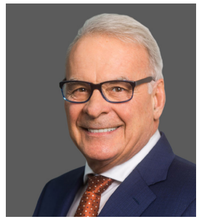
Gouvernance 36

Étendue du rapport 43

Tableau de données 44

Déclarations prospectives 46

Message du fondateur et président exécutif du conseil, ainsi que du président et chef de la direction



Depuis l'ouverture de notre premier magasin, il y a 40 ans, nous nous sommes employés à faciliter la vie de nos clients un peu plus chaque jour. Il ne fait aucun doute que la dernière année passera à l'histoire : grâce aux efforts des 131 000 personnes oeuvrant dans notre réseau, nous avons enregistré une performance financière record, maintenu un état d'esprit axé sur une vision à long terme malgré les jours sans précédent de la pandémie lié à la COVID-19 et su innové rapidement pour répondre aux besoins évolutifs de nos clients, ainsi qu'à l'intérêt croissant de nos partenaires concernant la protection notre environnement.

Nous croyons fermement que le développement durable fait partie intégrante de notre entreprise ainsi que de nos valeurs en tant que détaillant responsable afin de créer des retombées positives sur notre économie, la société et le climat mondial. Nous avons placé la barre haute en établissant des cibles ambitieuses de développement durable sur l'horizon 2025 à l'égard de priorités sur lesquelles nous croyons pouvoir avoir un impact significatif : le carburant, l'énergie, l'emballage et les déchets ainsi que la sécurité au travail.

Cette année, nous avons propulsé notre programme de développement durable à l'avant-plan afin d'accélérer l'intégration de nos activités dans nos décisions d'affaires stratégiques. Au cours de cette intégration durant laquelle le développement durable est devenu une priorité pour notre organisation, nous avons atteint des jalons importants, dont les suivants :

- **Expérience client :** Nous avons élargi notre offre de carburants renouvelables, accru notre réseau de bornes de recharge pour véhicules électriques et mis en place un programme permettant à nos clients de compenser leurs émissions de carbone.
- **Gestion environnementale :** Nous avons continué de rehausser l'efficacité de l'utilisation des ressources dans l'ensemble de notre entreprise, y compris le déploiement de notre système de café sur demande, qui consomme moins d'eau et d'énergie et réduit la quantité de résidus de café.
- **Diversité et inclusion :** Nous avons signé l'engagement des chefs de direction à l'égard de la diversité et l'inclusion (CEO Action Pledge for diversity and inclusion), une initiative mondiale à laquelle plus de 900 PDG ont adhéré et qui mobilise le milieu des affaires pour prendre des actions mesurables afin de faire progresser la diversité et l'inclusion au travail.

- **Sécurité au travail :** Nous avons investi dans l'instauration de magasins sans argent et renforcé notre engagement à l'égard de la sécurité au travail par l'entremise du lancement de notre premier prix mondial pour la santé, sécurité et l'environnement, ce qui encourage les membres de nos équipes à améliorer leur milieu de travail et à le rendre plus sécuritaire.
- **Engagement dans la communauté :** Nous avons donné 40 millions (M) de repas à des communautés partout aux États-Unis en partenariat avec Feeding America, un réseau de plus de 200 banques alimentaires.
- **Gouvernance :** Nous sommes intervenus pendant la crise de la COVID-19 pour répondre aux besoins urgents de nos communautés et de nos employés en travaillant ensemble comme « Une équipe », dans toutes les régions géographiques, en adoptant des pratiques de sécurité et d'hygiène strictes, en assurant des avantages sociaux pour les personnes touchées et en offrant gratuitement plus de 2,5 M de boissons aux travailleurs de première ligne.

À l'avenir, nous prévoyons accélérer notre performance en matière de développement durable au moyen de notre modèle opérationnel agile implanté à l'échelle mondiale, qui permet de partager les meilleures pratiques en matière de développement durable au sein de l'organisation tout en donnant à nos unités d'affaires le pouvoir de prendre des décisions et de mettre en place des initiatives locales de développement durable qui tiennent compte des besoins et des préférences des communautés visées.

Au nom du conseil d'administration et de l'équipe de direction exécutive, nous remercions chacun et chacune d'entre vous de votre passion, de votre attention et de votre travail acharné. Ensemble, nous pouvons faire une différence en assurant le développement fructueux et responsable de notre entreprise dans les années à venir. Vous pouvez compter sur nous pour vous tenir informés et travailler à créer des changements significatifs.

Alain Bouchard
Fondateur et président exécutif du conseil

Brian Hannasch
Président et chef de la direction

Notre entreprise

Couche-Tard* est l'un des plus importants exploitants de commerces d'accommodation au monde, comptant plus de **131 000 personnes** œuvrant dans un réseau de près de **14 500 magasins** dans **26 pays et territoires**. Servant plus de **9 M de clients par jour**, nous nous appliquons à être un détaillant responsable en répondant aux goûts et aux besoins changeants de nos clients à mesure que nous progressons vers un avenir plus propre et plus sécuritaire.

NOUS OFFRONS UN SERVICE COURTOIS ET RAPIDE ET DES PRODUITS FIABLES POUR LES GENS PRESSÉS AFIN DE FACILITER LA VIE DE NOS CLIENTS UN PEU PLUS CHAQUE JOUR

NOTRE ADN

COLLABORATEURS
RÉSULTATS
AMÉLIORATION
DÉVELOPPEMENT
ESPRIT ENTREPRENEUR

NOS ACTIVITÉS

Activités liées aux marchandises et aux services

Nous offrons les articles et services classiques des magasins d'accommodation, y compris les aliments frais et de restauration, le café, les boissons froides et le lave-auto. Les clients peuvent compter sur notre expérience en tant que fournisseur responsable de produits dont la vente est interdite aux mineurs, comme les billets de loterie, les cigarettes et les boissons alcoolisées.

Activités liées au carburant pour le transport routier

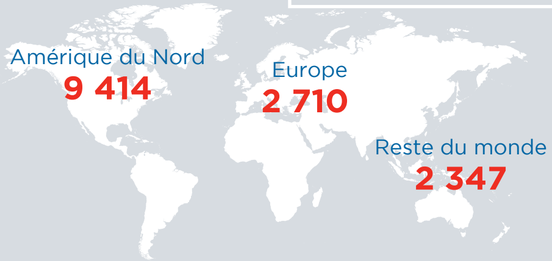
Nous vendons du carburant pour le transport routier sous la bannière de la société et celle de nos partenaires. Nous avons accru notre offre de carburants renouvelables et de bornes de recharge de voitures électriques dans un contexte de transition vers un avenir plus propre.

Activités autres que le commerce de détail

Nous vendons du carburant en gros pour un éventail de clients industriels, commerciaux et résidentiels.

NOTRE PRÉSENCE

Nombre total de magasins **
14 471



MARQUES PRINCIPALES

Couche-Tard, CIRCLE K, ingo

En tant qu'entreprise responsable, nous évoluons constamment pour répondre aux besoins évolutifs de nos clients et partenaires. Notre structure de gestion décentralisée nous permet de nous adapter à nos marchés spécifiques. En outre, nos efforts continus visant à améliorer l'efficacité et à réagir aux tendances mondiales nous permettent de croître en tant qu'entreprise prospère et durable.

*Alimentation Couche-Tard inc. (« Couche-Tard »)
**Tous les magasins d'Alimentation Couche-Tard au 26 avril 2020

Faits saillants de la performance

Notre plus grande contribution à la société consiste à être un détaillant responsable axé sur l'exploitation d'une entreprise durable. Au cours des exercices 2019 et 2020, nos initiatives en développement durable ont donné les résultats suivants :

EXPÉRIENCE CLIENT

10,3 % de part des marchés des carburants renouvelables en Europe pour l'année civile 2019

35,6 M de litres d'eau économisés grâce aux systèmes de récupération d'eau PurWater de nos lave-autos en Amérique de Nord pour l'exercice 2020

GESTION ENVIRONNEMENTALE

3,2 % de réduction de la consommation d'électricité en moyenne pour chaque exercice en Amérique du Nord depuis l'exercice 2014

34,0 % de réduction des résidus de grains de café en Amérique du Nord pour l'exercice 2020

NOS GENS

55,1 % de réduction des vols en magasin en Europe au cours de l'exercice 2020 par rapport à l'exercice 2018

30,0 % des personnes qui ont siégé à notre conseil d'administration au cours de l'exercice 2020 sont des femmes

ENGAGEMENT DANS LA COMMUNAUTÉ

Investissements annuels dans la communauté de plus de **11 M$** pour l'exercice 2020

GOUVERNANCE

97,0 % de nos employés aux États-Unis ont signé notre politique d'éthique « L'épreuve des médias » au cours de l'exercice 2020

31 évaluations de développement durable de fournisseurs externes menées en Europe au cours de l'exercice 2020

À propos de ce rapport

Cette année, nous avons fait d'importants progrès en termes de transparence et d'engagement envers nos partenaires sur nos efforts en matière de développement durable, en soulignant les nombreuses initiatives en cours dans notre entreprise.

Ina Strand
Chef de la direction des ressources humaines

NOTRE APPROCHE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

J'ai reçu pour une deuxième année la responsabilité de diriger le développement durable chez Couche-Tard et je suis extrêmement fière des progrès que nous avons accomplis. Ce travail n'est pas seulement important pour moi en tant que mère de deux jeunes filles, il est primordial pour nos clients, nos employés et nos partenaires. Collectivement, nous avons la responsabilité de travailler en vue d'offrir un avenir plus propre et plus sécuritaire à tous. Je vous confirme que nous prenons cette responsabilité très au sérieux, et ce, de plus en plus chaque année.

Avec le lancement de notre deuxième rapport sur le développement durable, nous avons créé un cadre plus défini et renforcé l'intégration du développement durable dans notre façon de penser et de prendre des décisions. Le développement durable est maintenant au cœur de notre entreprise, ce qui fait progresser notre engagement à obtenir des résultats concrets.

L'an dernier, nous avons défini cinq domaines d'intérêt en matière de développement durable où nos efforts pourraient faire une réelle différence. Tel qu'il est illustré dans la matrice, nous avons identifié quatre priorités de développement durable, qui ont gagné en importance pour nos partenaires et notre entreprise : le carburant, l'énergie, l'emballage et les déchets et la sécurité au travail.

Bien que les trois premières priorités reflètent manifestement notre intérêt collectif à l'égard de la protection de l'environnement, la dernière, soit la sécurité au travail, me tient particulièrement à cœur : étant à la direction des employés chez Couche-Tard, nous devons mettre un frein aux décès en milieu de travail. Un point, c'est tout.

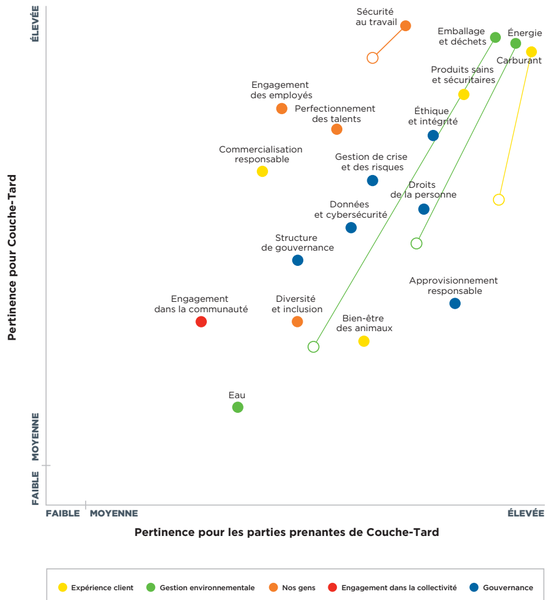
Pour chacune de ces quatre priorités, nous avons désigné un parrain exécutif et établi des cibles à atteindre d'ici 2025 et des ambitions à viser pour l'horizon 2030 :

- **Carburant :** Nous croyons que nous pouvons contribuer à un avenir plus propre en soutenant nos clients dans la transition vers des carburants plus propres. Avec une cible consistant à dépasser de 10 % la législation mondiale liée aux carburants renouvelables d'ici 2030, nous nous sommes engagés à réduire l'empreinte en gaz à effet de serre (GES) de notre offre totale de carburant de 12 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.
- **Énergie :** Nous avons déjà réduit considérablement notre consommation d'énergie à l'échelle globale, mais nous savons que nous pouvons faire mieux. Inscrite dans notre ambition d'atteindre la carboneutralité pour 30 % de nos sites d'ici 2030, notre cible pour 2025 est de réduire la consommation d'électricité de 20 % en moyenne par site par rapport à l'exercice 2020.
- **Emballage et déchets :** En tant que fournisseur d'articles de commodité à l'échelle mondiale, nous croyons que nous pouvons jouer un rôle important dans la réduction des déchets. Pour l'horizon 2030, notre aspiration est que la totalité de nos emballages soient recyclables ou réutilisables. Nous visons à augmenter de 25 % d'ici 2025, par rapport à l'exercice 2020, l'utilisation des emballages durables pour nos aliments de restauration et produits de consommation de marques privées.
- **Sécurité au travail :** Assurer la sécurité de nos gens est essentiel à leur bien-être et à nos activités. Notre aspiration pour 2030 est d'atteindre l'objectif de zéro blessure pour nos gens, nos clients et nos fournisseurs. C'est pourquoi notre objectif est de réduire les vols en magasin et les accidents du travail enregistrables de 50 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.

Il ne fait aucun doute que, pendant la pandémie de COVID-19, notre grande priorité a été la santé et la sécurité de nos gens et de nos clients. À l'avenir, nous continuerons de mettre l'accent sur le renforcement et l'amélioration continue de notre approche en matière de développement durable. Nous avons réalisé des progrès, mais il reste encore beaucoup à faire.

Nous faisons face ces défis ensemble, et nous avons le devoir envers tous nos employés et clients, actuels et futurs, de travailler pour un avenir responsable.

NOTRE MATRICE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Domaines d'intérêt dans le développement durable

Nos priorités, nos cibles et nos ambitions en matière de développement durable sont réparties dans cinq domaines d'intérêt qui contribuent aux objectifs de développement durable des Nations Unies.

Domaine d'intérêt		Objectifs de développement durable des Nations unies (ODD)	Notre engagement	Ambition 2030	Cible 2025
EXPÉRIENCE CLIENT	7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE	**ODD 7.2** Accroître nettement la part de l'énergie renouvelable dans le bouquet énergétique mondial	Faciliter l'accès à nos clients à des aliments frais, sains et durables ainsi qu'à des options responsables dans l'offre de carburant et de lave-autos	Dépasser de 10 % la législation mondiale liée aux carburants renouvelables	Réduire l'empreinte en GES de notre offre totale de carburant de 12 % par rapport à l'exercice 2020
GESTION ENVIRONNEMENTALE	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	**ODD 12.5** Réduire considérablement la production de déchets par la prévention, la réduction, le recyclage et la réutilisation **ODD 7.3** Multiplier par deux le taux mondial d'amélioration de l'efficacité énergétique	Réduire notre empreinte environnementale, utiliser les ressources efficacement et contribuer à protéger la planète	La totalité de nos emballages seront recyclables ou réutilisables Carboneutralité pour 30 % de nos sites	Accroire l'emballage durable pour les aliments de restauration et les produits de consommation de marque privée de 25 % par rapport à l'exercice 2020 Réduire la consommation d'électricité de 20 % en moyenne par site par rapport à l'exercice 2020
NOS GENS	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE	**ODD 8.8** Défendre les droits des travailleurs, promouvoir la sécurité sur le lieu de travail et assurer la protection de tous les travailleurs	Investir dans la sécurité des employés, favoriser une culture d'inclusion et exceller dans le recrutement et la formation	Atteindre l'objectif zéro blessure pour les employés, les clients et les fournisseurs	Réduire les vols en magasin et les accidents du travail enregistrables de 50 % par rapport à l'exercice 2020
ENGAGEMENT DANS LA COMMUNAUTÉ	11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES	**ODD 11.4** Renforcer les efforts de protection et de préservation du patrimoine culturel et naturel mondial	Avoir un apport positif à la qualité de vie des communautés où nous exerçons nos activités et où nous nous approvisionnons		
GOUVERNANCE	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	**ODD 16.5** Réduire nettement la corruption et la pratique des pots-de-vin sous toutes leurs formes	Favoriser une culture d'entreprise basée sur des valeurs fortes et qui adhèrent à des normes strictes d'éthique et de conformité		

EXPÉRIENCE CLIENT

En tant que fournisseur d'articles de commodité à l'échelle mondiale, nous accordons la priorité à nos clients. Nous évoluons constamment pour répondre aux besoins de nos clients en déplacement tout en agissant de manière responsable grâce à une offre de produits et services plus écologiques.

L'importance de l'expérience client

Nous servons plus de 9 M de clients chaque jour dans 26 pays et territoires et leur offrons, entre autres, des boissons et aliments frais, du carburant durable et d'autres options énergétiques ainsi que des services de lave-autos. Dans ce contexte, nous évoluons constamment pour répondre aux goûts et aux besoins évolutifs de nos clients afin de leur fournir le meilleur service possible.

Nos clients recherchent davantage des options plus durables, y compris des aliments locaux et frais dont l'approvisionnement est responsable. Dans l'ensemble de notre entreprise, nous avons élargi notre offre de choix sains et durables tout en continuant de porter une attention particulière à la qualité et à la salubrité des aliments.

À titre de fournisseur de carburant, nous avons également un rôle déterminant à jouer dans la création d'un avenir plus responsable. Les clients s'attendent à ce que nous leurs offrions des options énergétiques plus propres et que nous ouvrions la voie à d'autres sources d'énergie. Nous appuyons la transition vers des carburants renouvelables en augmentant notre offre de mélanges de biocarburants, en développant notre réseau de bornes de recharge de voitures électriques (VE) et en adaptant nos magasins afin de répondre aux besoins des propriétaires de VE. Nous réduisons également notre empreinte environnementale en modernisant notre équipement de lave-autos en vue de réduire la consommation de produits chimiques et d'eau.

PRINCIPALES INITIATIVES

- Boissons et aliments frais
- Carburant durable et autres options énergétiques
- Services de lave-autos de qualité

CIBLES PRIORITAIRES

Carburant : Dépasser de 10 % la législation mondiale liée aux carburants renouvelables d'ici 2030. Réduire l'empreinte en GES liée aux carburants de 12 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.

FAITS SAILLANTS DE LA PERFORMANCE

10,3 % des parts de marchés des carburants renouvelables en Europe pour l'année civile 2019

35,6 M de litres d'eau économisés grâce à nos systèmes de récupération d'eau PurWater de nos lave-autos en Amérique de Nord pour l'exercice 2020

Boissons et aliments frais

Nous adaptons constamment notre offre d'aliments et de boissons à emporter afin de répondre à la demande croissante de produits frais, sains, locaux et durables.

ÉLARGIR L'OFFRE DE PRODUITS SAINS

Nous améliorons constamment notre assortiment d'aliments frais et sains tant pour notre offre de produits emballés que d'aliments de restauration. Nous cherchons à offrir des plats préparés à partir d'ingrédients authentiques et sains qui comportent le moins d'additifs possible. L'an dernier, bon nombre de nos magasins ont accru leur sélection d'options saines. Par exemple, 70 % de nos unités d'affaires offrent maintenant des options végétariennes ou végétaliennes, 60 % proposent des choix faibles en gras et en sodium et 55 % offrent des options biologiques avec nutriments bénéfiques et sans additifs pour répondre aux préférences de nos clients.

SOUTENIR LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX

Depuis 2018, nous avons réalisé des progrès quant à notre objectif de vendre uniquement des œufs provenant de poules en liberté dans nos magasins corporatifs d'ici 2025. Aujourd'hui, 40 % de nos unités d'affaires offrent de tels œufs. Nous visons également à acheter de la viande et des produits à base de volaille auprès d'éleveurs et d'usines de transformation où les animaux sont bien traités et protégés contre les souffrances inutiles et les maladies.

APPROVISIONNEMENT AUPRÈS DE FOURNISSEURS CERTIFIÉS

Conformément à notre désir d'offrir des produits de sources équitables, nous visons à proposer une offre de café et de thé entièrement certifiés dans nos magasins à l'échelle mondiale d'ici 2025. Nous offrons actuellement du café certifié par *Rainforest Alliance* dans tous nos magasins en Europe et prévoyons avoir du café équitable dans l'ensemble des magasins des États-Unis d'ici l'exercice 2021. Grâce à l'approvisionnement en café biologique au cours de l'exercice 2019, nous avons contribué à la réduction de 6,07 tonnes de pesticides sur les fermes, favorisant ainsi la santé des écosystèmes.

Pourcentage des unités d'affaires offrant des boissons et des aliments sains

RESPECT DES PROCÉDURES STRICTES DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE

Nous prenons la salubrité alimentaire au sérieux. Nos fournisseurs d'aliments de restauration et les installations de production de marques privées sont guidés par nos normes et procédures relatives à la salubrité alimentaire, qui tiennent compte des normes de la *Global Food Safety Initiative*.

La salubrité alimentaire sur place est validée au moyen de vérifications à l'improviste, dont le nombre a augmenté de 2 157 l'an dernier. Au cours de celles-ci, le niveau de conformité en magasins est vérifiée, et les cas de non-conformité sont traités en établissant des mesures correctives en étroite collaboration avec les magasins. En outre, nos incitatifs à la performance sont établis pour inciter les magasins à obtenir de meilleurs résultats lors des vérifications. Chaque magasin bénéficie d'une formation trimestrielle sur la préparation d'aliments sains et l'assainissement, ce qui se traduit par plus de 4 000 heures de formation et de certification des employés en salubrité alimentaire par année. Nous avons de plus un processus robuste de rappel à l'échelle mondiale, tant pour les aliments de restauration que pour les produits emballés.

PRODUITS DONT LA VENTE EST INTERDITE AUX MINEURS

Nous sommes déterminés à agir de manière responsable dans tous nos magasins. En tant détaillant expérimenté et responsable en produits dont la vente est interdite aux mineurs, nous suivons les exigences légales propres à chaque juridiction en matière de commercialisation d'alcool, de loterie et de produits du tabac. De nouveaux outils de formation en ligne nous permettent de réagir rapidement aux changements dans la législation en nous assurant que tous les employés sont tenus à jour.

QUÉBEC EST ET ATLANTIQUE (CANADA)

Nos sandwiches aux œufs sont maintenant faits avec des œufs provenant de poules en liberté certifiés.

TEXAS (ÉTATS-UNIS)

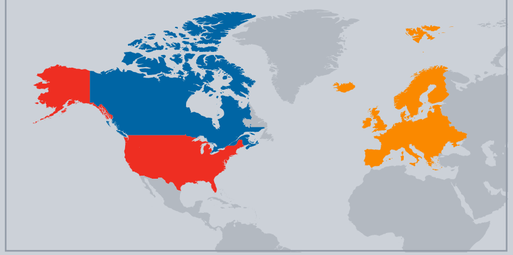
Nous avons accru notre offre d'aliments sains, et près de 10 % des options contiennent moins ou aucun gras trans, OGM, gluten ou additifs.

NORVÈGE (EUROPE)

Nous avons réduit la teneur en sel de tous les aliments servis, y compris une réduction de 70 % dans nos nouveaux pains à hamburger, de 30 % dans le jambon cuit, de 40 % dans la salade de poulet, de 25 % dans les pains à hot dog et de 12 % dans le pain cuit sur place.

IRLANDE (EUROPE)

Nous avons lancé notre burger à l'effiloché d'avoine : sans produits issus d'animaux, végétalien, sans OGM, sans additifs et sans soja. En plus d'avoir une teneur élevée en protéines et une teneur faible en gras saturés, il a une empreinte d'eau réduite : 137 litres comparativement à 1 496 litres pour un burger au bœuf.



Carburant durable et autres options énergétiques

Nous travaillons en vue de soutenir la transition vers un avenir plus propre en offrant à nos clients un meilleur accès aux carburants renouvelables et à d'autres options énergétiques, comme les biocarburants et les bornes de recharge pour voitures électriques (VE).

CARBURANT – NOS CIBLES ET NOTRE AMBITION

Nous croyons que nous pouvons contribuer à un avenir plus propre en accompagnant nos clients dans la transition vers des carburants plus propres. Avec une cible consistant à dépasser de 10 % la législation mondiale relative aux carburants renouvelables d'ici 2030, nous nous sommes engagés à réduire l'empreinte en GES de notre offre totale de carburant de 12 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020. Pour réaliser nos ambitions et rester à l'avant-garde de ce marché émergent, nous avons créé une équipe de projet dédiée aux véhicules électriques (VE) composée de représentants de multiples fonctions.

ACCROÎTRE NOTRE OFFRE DE CARBURANTS RENOUVELABLES

Tant en Europe qu'en Amérique du Nord, nous avons continué d'élargir notre offre de carburants renouvelables, y compris les mélanges de biocarburants. En Suède, par exemple, nous avons accru le nombre de stations-service pour camions diesel et à service complet qui offrent le biodiesel et le carburant HVH (huile végétale hydrotraitée). Nous offrons maintenant le biodiesel sur 21 sites et l'HVH sur 38 sites. En Amérique du Nord, la plupart de nos sites offrent déjà des mélanges de carburants comportant 10 % d'éthanol. L'an dernier, en réponse à la réglementation américaine permettant la vente de mélanges à teneur en éthanol plus élevée pendant toute l'année, nous avons lancé un projet pilote visant l'ajout de pompes offrant des mélanges à 15 % d'éthanol à 12 sites de nos unités d'affaires du Heartland et des Montagnes Rocheuses. Selon les résultats de ce projet, nous examinerons les possibilités d'étendre cette offre à plus grande échelle.

NOTRE RÉSEAU DE BORNES DE RECHARGE POUR VE

Notre réseau de bornes de recharge pour VE a pris de l'ampleur et compte près de 700 bornes à l'échelle mondiale. Nous avons travaillé à l'installation et à l'exploitation d'un réseau de bornes en courant continu (CC) de haute intensité comptant 400 bornes pour les VE qui effectuent des trajets longue distance afin de soutenir la transition de l'Europe vers une économie plus propre. En Norvège, où environ 50 % des achats de voitures neuves sont électriques, nous avons remplacé la première pompe à carburant de certaines stations-service par une borne de recharge.

RÉPONDRE AUX BESOINS DES PROPRIÉTAIRES DE VE

Nous déployons partout en Europe un nouveau type de magasin visant à répondre aux besoins des propriétaires de VE qui cherchent un endroit pour se détendre et prendre un bon repas pendant qu'ils rechargent leur voiture. Le nouveau concept propose, dans un cadre élégant, le Wi-Fi et une offre alimentaire redéfinie et adaptée aux marchés et aux goûts locaux. Nous avions 368 nouveaux magasins offrant ce concept en Europe durant l'exercice 2020.

AIDE À LA COMPENSATION DES ÉMISSIONS

Au cours de l'exercice 2019, nous avons lancé Circle K Conserve, un nouveau programme visant à réduire les émissions provenant de carburants. Chaque fois qu'un client fait le plein à l'un de nos sites, nous investissons dans des projets de réduction du carbone en vue de compenser jusqu'à 30 % des émissions de gaz d'échappement des voitures. Le programme, qui fait l'objet d'un projet pilote dans 290 établissements à Syracuse, en Arizona et au Colorado, a permis la réduction de 94 981 tonnes de CO_2, soit l'équivalent de l'alimentation de 2 330 foyers pendant une année entière. Nous continuons de travailler avec nos clients et les communautés afin de rehausser le programme et l'offrir à plus grande échelle.

QUÉBEC OUEST (CANADA)

Au cours de l'exercice 2020, nous avons mis à jour notre application mobile pour y inclure des informations au sujet de notre réseau pour VE et avons installé 5 bornes de recharge sur 3 sites. Nous prévoyons en déployer 20 de plus au cours de l'exercice 2021.

IRLANDE (EUROPE)

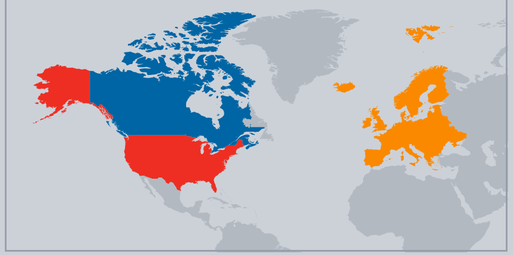
Au cours de l'exercice 2019, nous avons lancé la première station-service offrant du gaz naturel comprimé (GNC), au port de Dublin. Jusqu'à maintenant, nous avons éliminé 18,5 tonnes de CO_2 des ventes de carburant en remplaçant le diesel par le GNC, un carburant de substitution à moindre teneur en carbone.

NORWAY (EUROPE)

Nous avons établi un partenariat avec Telenor, un fournisseur de services Internet et de télévision, afin d'offrir à ses clients un rabais sur notre solution de recharge pour VE à domicile, ce qui a permis d'atteindre plus de 6 000 groupes d'immeubles à logement partout en Norvège.

LITHUANIE (EUROPE)

Nous avons établi un partenariat avec IONITY pour offrir des options de recharge de VE additionnelles à nos clients.



Services de lave-autos de qualité

Nous sommes conscients que l'eau est une ressource limitée et irremplaçable, et c'est pourquoi nous faisons notre part pour remplacer, récupérer et recycler l'eau partout où c'est possible dans les 2 700 sites de lave-autos de notre réseau mondial.

UTILISER MOINS D'EAU ET DE PRODUITS CHIMIQUES

La modernisation de notre équipement de lave-autos nous permet d'offrir une meilleure expérience à nos clients tout en réduisant la consommation d'eau et de produits chimiques. Pour chaque système remplacé, nous économisons environ 326,3 M de litres d'eau et 9 400 litres de produits chimiques par année. Notre objectif est de remplacer 20 % des lave-autos à travers notre réseau d'ici l'exercice 2023. À ce jour, nous avons modernisé plus de 350 sites de lave-autos dans 28 unités d'affaires.

RÉCUPÉRER ET RECYCLER L'EAU

Nos systèmes de récupération PurWater, déployés dans divers sites aux États-Unis et au Canada, nous permettent de récupérer jusqu'à 80 % de l'eau utilisée dans nos lave-autos. Au cours de l'exercice 2019, nous avons installé ces systèmes de récupération dans 116 magasins, réalisant des économies de 35,6 M de litres d'eau et de 0,5 M$ en raison de la diminution des coûts reliés à l'utilisation de l'eau et des égouts. Nous avons poursuivi le programme au cours de l'exercice 2020 en installant les systèmes dans 39 magasins, ce qui nous a permis de réaliser des économies de 23,6 M de litres d'eau et de plus de 0.2 M$ en diminution de coûts. Tous les nouveaux sites de lave-autos en Amérique du Nord sont dotés de ces systèmes de récupération d'eau.

QUÉBEC OUEST (CANADA)

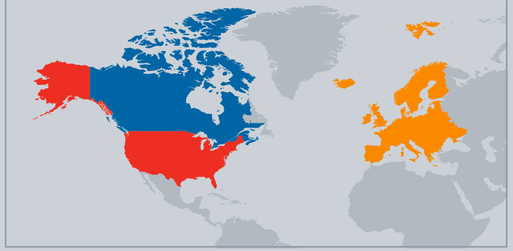
Au cours des exercices 2019 et 2020, nous avons modernisé l'équipement de 6 de nos sites de lave-autos et y avons installé des systèmes de récupération d'eau, ce qui nous a permis de réduire de 65 % la consommation d'eau et de 33 % l'utilisation de produits chimiques.

TEXAS (ÉTATS-UNIS)

Au cours des deux dernières années, nous avons modernisé 60 de nos 155 sites de lave-autos grâce à un investissement de 200 000 $. Nous avons 10 sites qui récupèrent 80 % de l'eau utilisée, ce qui permet d'économiser 227 litres par voiture ou 15,9 M de litres par année.

DANEMARK (EUROPE)

Nous avons remplacé 12 modules de nettoyage dans des sites de lave-autos, améliorant ainsi nos capacités de nettoyage et réduisant de 75 % la consommation d'eau.



GESTION ENVIRONNEMENTALE

Le développement durable est une priorité de premier plan pour nous. Nous cherchons constamment des façons novatrices d'utiliser nos ressources efficacement, de réduire notre empreinte carbone et de minimiser l'emballage et les déchets associés à nos produits et services.

L'importance de la gestion environnementale

Nous sommes conscients qu'il est impératif d'agir face aux changements climatiques et la rareté des ressources partout sur la planète. Avec environ 14 500 magasins d'accommodation à l'échelle mondiale, nous avons l'opportunité de contribuer significativement à un avenir plus propre. Notre objectif est de minimiser l'empreinte de nos magasins en trouvant des façons novatrices de faire plus avec moins.

Nous travaillons fort afin de réduire notre consommation d'énergie, de conserver l'eau ainsi que de gérer de manière responsable nos emballages et nos déchets. Grâce à nos améliorations en matière d'efficacité énergétique et à nos vérifications mensuelles en magasins, nous avons considérablement réduit la consommation d'eau et d'énergie dans nos points de vente. De plus, l'application des concepts de l'économie circulaire de réduction-réutilisation-recyclage dans l'ensemble de notre entreprise nous a permis d'améliorer la gestion des déchets liés aux aliments, aux emballages, aux gobelets, aux pailles et aux textiles.

En réduisant notre empreinte et en utilisant les ressources efficacement, nous pouvons réduire les coûts, accroître notre compétitivité et améliorer notre offre de services.

PRINCIPALES INITIATIVES

- Énergie et empreinte carbone
- Emballage et déchets

CIBLES PRIORITAIRES

Énergie : Atteindre la carboneutralité pour 30 % de nos sites d'ici 2030 et réduire la consommation moyenne d'électricité par site de 20 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.

Emballage et déchets : Faire en sorte que la totalité de nos emballages soient recyclables ou réutilisables d'ici 2030. Accroître l'utilisation d'emballages durables pour nos aliments de restauration et produits de consommation de marques privées de 25 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.

FAITS SAILLANTS DE LA PERFORMANCE

3,2 % de réduction de la consommation moyenne d'électricité pour chaque exercice en Amérique du Nord depuis l'exercice 2014

34,0 % de réduction des résidus de grains de café en Amérique du Nord pour l'exercice 2020

Énergie et empreinte carbone

Nous aspirons à être reconnus en tant que chef de file dans la réduction de la consommation d'énergie en améliorant l'efficacité énergétique de nos équipements et de nos activités.

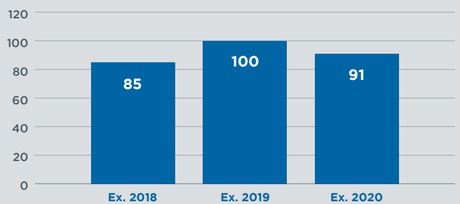
ÉNERGIE – NOS CIBLES ET NOTRE AMBITION

Cette année, en reconnaissance de notre empreinte mondiale nous avons officialisé notre ambition climatique en nous engageant à atteindre la carboneutralité pour 30 % de nos sites d'ici 2030 et à réduire la consommation d'électricité de 20 % en moyenne par site d'ici 2025. Nous avons déjà réduit considérablement notre consommation d'énergie, mais nous savons que nous pouvons faire plus.

RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Au cours de l'exercice 2020, nous avons continué de réaliser d'importantes réductions sur notre consommation d'énergie dans l'ensemble de nos unités d'affaires en Amérique du Nord grâce à notre programme *One Touch*. Dans le cadre de celui-ci, nous effectuons des vérifications afin d'identifier les magasins ayant les plus grands besoins en améliorations énergétiques. L'an dernier, ces améliorations incluaient l'installation d'appareils d'éclairage à DEL à l'intérieur et à l'extérieur des magasins, des mises à niveau des systèmes de réfrigération, ainsi que l'installation de détecteurs de mouvement et de minuteries dans les arrière-magasins, les toilettes et les chambres froides. Depuis la mise en place du programme *One Touch* au cours de l'exercice 2014, nous avons obtenu des réductions annuelles de 3,2 % de la consommation d'électricité moyenne et de 7,7 % de la consommation d'eau moyenne.

ÉMISSIONS DE GES PAR SITE – Mondial (TCO_2e)



En Europe, nous avons déployé un programme similaire comportant l'installation d'appareils d'éclairage à DEL à l'intérieur et à l'extérieur des magasins, l'installation de *Smart Cubes*, le remplacement des anciens systèmes CVC et l'enlèvement des chaudières. Au cours des exercices 2019 et 2020, nous avons réalisé plus de 1 835 améliorations énergétiques dans l'ensemble de nos unités d'affaires européennes.

AMÉLIORER LA DIVULGATION ET LE PARTAGE DES MEILLEURES PRATIQUES

Nous faisons le suivi mensuel de notre consommation d'eau et d'énergie dans nos magasins au moyen de notre processus d'enquête sur les exceptions. Ce processus nous permet d'effectuer des vérifications au niveau des magasins dans le cadre desquels nous cernons les exceptions, par exemple les magasins affichant des hausses significatives de leur consommation d'eau ou d'énergie. Nous travaillons avec ces magasins pour déterminer la cause du problème (souvent des fuites ou de l'équipement endommagé) et trouver des solutions pour améliorer l'efficacité à l'avenir. Nos vérifications sur les exceptions nous permettent également d'identifier les magasins à haut rendement énergétique et de les inciter à partager leurs meilleures pratiques avec notre réseau mondial par l'entremise de nos bulletins trimestriels sur l'énergie et le développement durable.

RÉDUIRE L'UTILISATION D'EAU

En Amérique du Nord, nos unités d'affaires ont également réduit leur utilisation d'eau en cessant de nettoyer les terrains de stationnement avec de l'eau, en réparant les équipements qui présentaient des fuites, en remplaçant les gicleurs à vaisselle par des modèles plus efficaces et en installant des détecteurs de pluie sur les systèmes d'irrigation. De plus, nous avons remplacé des équipements refroidis à l'eau, comme nos machines Froster, par des options nécessitant moins d'eau, ce qui nous a permis d'économiser 1,6 million de litres par année pour chaque unité remplacée.

RÉGION FRONTIÈRE NORDIQUE (ÉTATS-UNIS)

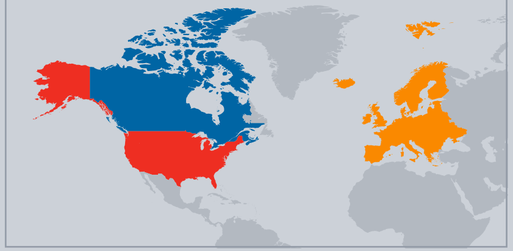
Certains sites participent au programme *Minnesota Community Solar Garden*, qui vise à réduire les coûts énergétiques et les émissions au moyen de la production à grande échelle d'énergie solaire grâce aux économies de coûts individuels de la production directe avec capteurs sur toit ou au sol. Jusqu'à ce jour, ce projet nous a permis d'économiser 18 millions de kilowattheures annuellement, soit l'équivalent d'émissions de CO_2 de 2 697 voitures.

RÉGION DES GRANDS LACS, RÉGION DES MONTAGNES ROCHEUSES, RÉGION DU GRAND CANYON (ÉTATS-UNIS)

Nous avons acheté plus de 40 000 crédits d'énergie renouvelable pour alimenter nos 290 emplacements.

LITUANIE (EUROPE)

Depuis l'exercice 2020, la totalité de l'électricité consommée dans nos magasins provient de sources renouvelables, dont l'énergie éolienne, l'énergie solaire et la biomasse.



Emballage et déchets

Nous réduisons la quantité de déchets au moyen de l'amélioration des processus, de la réutilisation et du recyclage ainsi qu'en choisissant des options d'emballages plus durables pour nos aliments et nos boissons.

EMBALLAGE ET DÉCHETS – NOS CIBLES ET NOTRE AMBITION

En tant que détaillant d'articles de commodité à l'échelle mondiale, nous croyons que nous pouvons jouer un rôle important dans la réduction des déchets. L'an dernier, nous nous sommes engagés à ce que la totalité de nos emballages soient recyclables ou réutilisables d'ici 2030. Nous visons une augmentation des emballages durables pour nos aliments de restauration et produits de consommation de marque privée de 25 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020. Nous avons divers programmes en cours pour nous aider à atteindre ces objectifs.

MISER SUR LA TECHNOLOGIE POUR RÉDUIRE LES DÉCHETS

Nous réduisons les déchets liés aux aliments de restauration en améliorant nos équipements et outils numériques. En Europe, l'utilisation initiale de solutions numériques pour gérer la production juste-à-temps nous a permis de réduire les déchets liés aux aliments de 8 % grâce à une meilleure prévision de la demande. En Amérique du Nord, nous explorons également des nouvelles technologies d'emballage, ainsi que de méthodes pour mieux réchauffer et conserver les aliments pour accroître leur durée de conservation tout en maintenant la qualité des produits. Ces technologies devraient être déployées dans 1 500 sites en Amérique du Nord d'ici l'exercice 2021.

CONSERVER LES RESSOURCES PAR LE RECYCLAGE DU CAFÉ SUR DEMANDE

Nous conservons également nos ressources grâce à l'expansion de notre programme de café sur demande aux États-Unis, qui est maintenant offert dans plus de 90 % de nos magasins corporatifs. En passant de l'équipement traditionnel de café filtre à une plateforme sur demande, qui moud les grains et infuse rapidement chaque tasse, nous avons réduit la consommation d'énergie de 51 % et l'utilisation d'eau de 35 %. En évitant de jeter les restes ou le café qui n'est plus frais, nous économisons plus de 2000 tonnes annuellement.

RÉDUIRE LES DÉCHETS GRÂCE À LA RÉUTILISATION DES CONTENANTS

Nous avons élargi le recours à des contenants réutilisables pour toutes les boissons distribuées en offrant par exemple des rabais pour l'utilisation de récipients réutilisables à nos stations Polar Pop, par exemple, tout en appliquant un supplément pour les gobelets à usage unique. Grâce à ces initiatives, nous avons éliminé plus de 38 millions de gobelets à usage unique du flux de déchets en Amérique du Nord pendant l'exercice 2020. En Amérique du Nord et en Europe, bon nombre de nos unités d'affaires mènent des campagnes en vue d'encourager les clients et les employés à apporter leurs propres gobelets et tasses réutilisables.

REMPLACEMENT DU PLASTIQUE

Afin de gérer nos emballages de manière plus responsable, toutes nos unités d'affaires cherchent des façons de remplacer les plastiques par des matières renouvelables, de réduire l'emballage en diminuant la taille des emballages, de trouver des moyens créatifs de recycler les déchets et de passer à des matières ayant une plus grande recyclabilité.

Emballages de café

En Suède, nos emballages de café en plastique sont maintenant fabriqués en polyéthylène compostable à base de canne à sucre.

Pailles

Dans nos sites au Québec, nous avons lancé des pailles en bonbons comestibles pour nos boissons Sloche, ce qui élimine la nécessité d'offrir des pailles en plastique.

Résidus de café

Dans certains sites en Europe, les résidus de café sont recyclés et transformés en meubles, en engrais ou en bûches de foyer.

Déchets liés aux textiles

Dans certains sites en Europe, nous travaillons avec des organismes suédois pour revaloriser les déchets liés aux textiles provenant des anciens uniformes d'employés pour les transformer en chapeaux en molleton, en foulards et en sacs de magasinage réutilisables.

Bouteilles d'eau

En Amérique du Nord, nos bouteilles d'eau de 500 ml de marques privées sont fabriquées à partir de plastique recyclé post-consommation à 100 % et ont la plus faible empreinte carbone sur le marché.

Déchets liés à la nourriture

Dans le cadre de notre programme « Liquidation » en Lettonie et de notre programme « Trop bon pour jeter » en Norvège, nos clients peuvent acheter à rabais des aliments dont la date de péremption est proche, ce qui réduit notre quantité de gaspillage alimentaire.

Déchets liés à l'affichage

Dans nos sites du Heartland aux États-Unis, nos 567 écrans numériques nous permettent de réduire notre quantité de déchets liés à l'affichage en magasin.

NOS GENS

Nos gens de partout dans le monde sont au cœur de nos activités. Leur engagement, leur sécurité, leur motivation et leur talent ont fait le succès de nos magasins d'accommodation.

L'importance de nos gens

Nous nous soucions de nos gens et nous prenons leur sécurité et leur bien-être très au sérieux. Nous améliorons constamment nos politiques, programmes et outils pour faire en sorte que nos gens et nos clients se sentent en sécurité, en sûreté, inclus, engagés et respectés.

La sécurité au travail est l'une de nos grandes priorités. Au cours de l'exercice 2020, nous avons travaillé en vue d'élaborer une stratégie mondiale en matière de santé, de sécurité et d'environnement et de nous doter de meilleurs outils pour réduire les incidents liés à la sécurité au travail. Dans l'ensemble de l'organisation, nous avons également renforcé bon nombre de nos programmes de formation afin que nos employés soient en mesure de reconnaître et de prévenir les risques liés à la sécurité.

Nous nous sommes aussi engagés à être un employeur attrayant pour qui l'inclusion et la diversité comptent. Nous tenons à ce que nos employés soient fiers de leur travail, de leur employeur et de la différence qu'ils apportent. Notre plus récent sondage auprès des employés a confirmé que nous sommes sur la bonne voie, car il révèle une augmentation de l'engagement global et une amélioration du respect des uns envers les autres. Nous continuons de soutenir et d'inspirer nos gens de tous les échelons en offrant de la formation pour les aider à perfectionner leurs compétences et à faire progresser leur carrière avec nous.

PRINCIPALES INITIATIVES

- Sécurité au travail
- Perfectionnement des talents
- Diversité et inclusion
- Engagement de nos gens

CIBLES PRIORITAIRES

Sécurité au travail : Atteindre le zéro blessure pour nos gens, nos clients et nos fournisseurs d'ici 2030. Réduire les vols en magasin et les accidents du travail enregistrables de 50 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.

FAITS SAILLANTS DE LA PERFORMANCE

55.1% de réduction des vols en magasin en Europe au cours de l'exercice 2020 par rapport à l'exercice 2018

30.8% des sièges de notre conseil d'administration sont occupés par des femmes au coursde l'exercice 2020

Sécurité au travail

Nous nous sommes engagés à créer un milieu de travail sécuritaire et sain en améliorant de façon continue nos politiques, nos programmes et notre formation en santé et en sécurité.

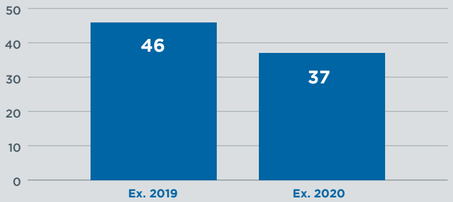
SÉCURITÉ AU TRAVAIL – NOS CIBLES ET NOTRE AMBITION

La sécurité de nos employés est essentielle à leur bien-être et à nos activités. Cette année, nous avons officialisé notre engagement à l'égard de la sécurité au travail en visant l'atteinte du zéro blessure d'ici 2030 ainsi que la réduction des vols en magasin et des accidents du travail enregistrables de 50 % d'ici 2025 par rapport à l'exercice 2020.

ÉTABLIR UNE STRATÉGIE MONDIALE EN MATIÈRE DE SANTÉ, DE SÉCURITÉ ET D'ENVIRONNEMENT

Dans le cadre de notre plan de renforcement de la sécurité au travail, nous avons élaboré une stratégie globale en matière de santé, de sécurité et d'environnement (SSE) ainsi qu'un système d'information unique et standardisé à l'échelle mondiale. Au cours de l'exercice 2020, nous avons introduit un nouveau tableau de bord afin de mieux suivre les événements de SSE dans l'ensemble de l'organisation ainsi que de cerner les risques et les opportunités d'amélioration. Nous visons à déployer cet outil dans toutes nos unités d'affaires au cours de l'exercice 2021.

ACCIDENTS DE TRAVAIL AUX CONSÉQUENCE GRAVES - Mondial



RECONNAÎTRE LA SOLIDE PERFORMANCE EN SSE

Pour souligner et solidifier l'importance de la performance SSE dans l'ensemble de notre entreprise, nous avons lancé cette année notre premier prix en SSE annuel à l'échelle mondiale, qui est décerné à l'unité d'affaires ayant les meilleurs résultats SSE. Pour l'exercice 2019, le prix a été remis à notre unité d'affaires du Heartland, aux États-Unis, qui s'est appuyée sur l'analyse de données pour identifier des tendances au niveau des incidents de sécurité et élaborer des solutions de prévention, y compris le verrouillage à distance, une formation et des affiches améliorées en sécurité. Grâce à ces efforts, les incidents liés à des vols ont diminué de 86 %, améliorant du même coup la sécurité des employés et de la communauté. Notre unité d'affaire de l'Estonie faisait partie de la liste des candidats nominés avec son programme *Act safe* qui a fait diminuer le nombre d'accidents du travail de 75 %, ainsi que l'Irlande pour sa campagne pour sa campagne de sécurité « Vous voyez quelque chose? Dites quelque chose. »

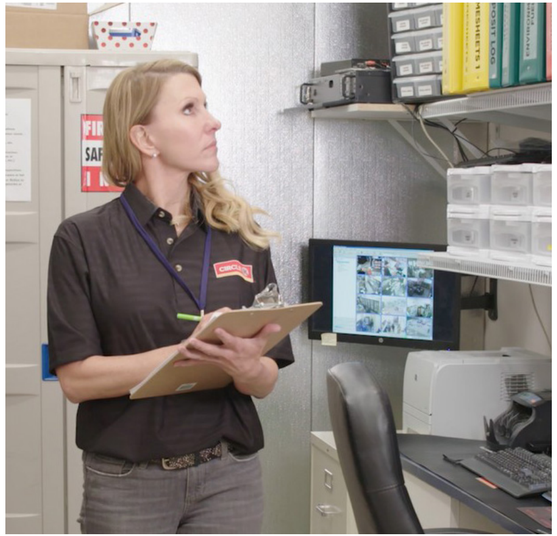
RÉDUIRE LES ACCIDENTS DU TRAVAIL

Nous continuons d'améliorer nos programmes et notre formation en vue de réduire les incidents en milieu de travail au moyen de la prévention des accidents et des vols. Au Québec, nous avons élaboré un nouveau protocole de port de bottes antidérapantes afin de protéger nos gens contre les glissades et les chutes en hiver. Dans notre unité d'affaires de la région des Montagnes Rocheuses, aux États-Unis, nous avons mis en place un programme d'excellence opérationnelle dans près de 375 magasins, en désencombrant et en réorganisant les arrière-magasins pour accroître la sécurité des employés.

Cette année, nous avons renforcé nos initiatives globales en matière de prévention des vols au moyen d'un affichage amélioré pour mieux former le personnel, de programmes d'orientation visant à préparer les employés aux situations dangereuses, de projets pilotes de magasins sans argent, de caméras de sécurité mises à niveau et d'une évaluation des risques améliorées.

ENGAGER LA COMMUNAUTÉ DANS LA PRÉVENTION DU CRIME

Nous contribuons également à la prévention du crime au moyen d'initiatives en engagement communautaire, y compris notre programme *StreetArt*, dans le centre du Canada. Dans le cadre de ce programme lancé dans notre unité d'affaires du Centre du Canada en 2012, des jeunes de la région et des policiers s'unissent pour peindre les murs extérieurs de nos magasins, ce qui ouvre le dialogue, permet d'établir des liens et améliore la sécurité de la communauté dans son ensemble. À ce jour, 23 murales ont été réalisées, et les magasins visés ont enregistré une réduction globale des crimes de 46 %.



Diversité et inclusion

Nous nous appliquons à être un employeur inclusif et attrayant et à offrir à nos gens un environnement de travail où ils se sentent en sécurité, respectés et capables de développer leur plein potentiel.

En tant qu'employeur inclusif, nous visons à atteindre une répartition plus équilibrée des sexes à tous les niveaux de notre organisation. À ce jour, notre conseil d'administration est composé à 30,0 % de femmes, en hausse par rapport à 27,0 % pour l'exercice 2020. Dans l'ensemble de notre réseau, les femmes occupent 28,1 % des postes à la direction exécutive et 61,8 % à des postes de direction. Il s'agit là d'un élément sur lequel nous continuons de concentrer nos efforts

MESURES DE DIVERSITÉ ET D'INCLUSION

Au cours de l'exercice 2020, notre chef de la direction a officialisé notre engagement à l'égard de la diversité en signant le CEO *Action Pledge*, une initiative mondiale qui mobilise le milieu des affaires pour prendre des actions mesurables afin de faire progresser la diversité et l'inclusion en milieu de travail. À ce jour, plus de 900 PDGs se sont engagés à mettre en place de la formation sur les préjugés inconscients et à créer des plans pour la diversité, deux initiatives parmi toutes celles que nous déployons actuellement.

INITIATIVES LIÉES À LA PARITÉ DES SEXES

Au cours de l'exercice 2019, nous avons mis sur pied un Conseil des Femmes composé de femmes provenant de différents secteurs de l'entreprise. La vision du Conseil est de créer des conditions gagnantes pour les femmes dans le but d'atteindre la parité hommes-femmes et de favoriser l'avancement des femmes à tous les échelons de l'organisation. Plusieurs unités d'affaires ont d'ailleurs mis en place leurs propres conseils régionaux afin de soutenir les efforts à l'échelle mondiale. Le Conseil des Femmes a dirigé plusieurs initiatives, notamment en collaboration avec l'organisme sans but lucratif *Catalyst*, en menant une formation à l'échelle de la société sur les préjugés inconscients et en lançant notre première campagne mondiale sur la diversité et l'inclusion à l'occasion de la Journée internationale des femmes.

RECONNAÎTRE LA CONTRIBUTION DES FEMMES

Cette année, six de nos employées ont été honorées dans le cadre du palmarès *Top Women in Convenience* du magazine *Convenience Store News*, qui reconnaît les femmes ayant contribué de façon exceptionnelle à l'industrie des commerces d'accommodation. Les employées honorées en 2019 ont été Deborah Hall Lefevre (catégorie Femme de l'année); Margaret Barron et Gena Dunten (catégorie Cadres supérieurs); Harvey Collins et Amy Hobson (catégorie Étoile montante) et Cindy Dunn (catégorie Mentor).

SOUTENIR LES GROUPES MARGINALISÉS

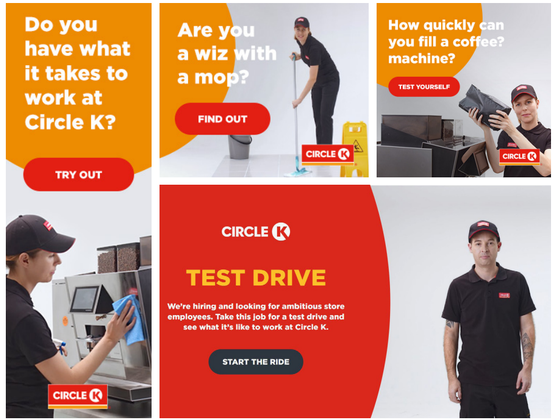
En plus de nos initiatives liées à l'équité hommes-femmes, nous avons élaboré des programmes personnalisés pour les groupes minoritaires, y compris les nouveaux immigrants, les personnes handicapées et les membres marginalisés par la société. Par exemple, en Suède, nous collaborons avec les autorités locales en vue de recruter de nouveaux immigrants et de leur offrir des postes en magasin, tandis qu'en Russie nous avons mis sur pied des programmes pour accroître l'embauche de personnes handicapées. En Irlande, nous travaillons avec des associations de solidarité locales afin d'offrir à des chômeurs des emplois qui leur permettront de se remettre sur pied.

Perfectionnement des talents

Nous améliorons de façon continue nos programmes d'intégration et de formation pour permettre à nos employés de faire progresser leur carrière avec nous.

ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS

Nous avons cherché de nouvelles façons de rejoindre des travailleurs potentiels. Notre campagne primée « Histoires de nos employés » menée en Suède et en Estonie permet d'illustrer la vie dans nos magasins et met en vedette des personnes qui travaillent pour nous. Notre campagne *Test Drive* invite les gens à participer à un jeu pour découvrir si Couche-Tard leur convient. Nous avons aussi remanié la section carrières de nos pages Web, facilité la façon de postuler et simplifié notre procédure d'embauche.



NUMÉRISATION DE NOTRE FORMATION

Cette année, nous avons continué d'améliorer notre formation en utilisant de nouveaux outils numériques et processus sur nos plateformes Perfectionnement des talents et *WorkdayMD* afin d'aider nos employés à développer leurs compétences et leur expertise. Nous avons rehaussé nos processus d'orientation pour les gérants de magasins afin de les rendre plus engageants, et nous avons rendu plus ludique une partie de notre formation. Nos modules d'apprentissage récemment lancés permettent aux employés en magasins de mettre à l'épreuve leurs compétences en lien avec le service à la clientèle, en vente d'aliments et en sécurité. Nous avons également recours à des outils tels que l'évaluation *StrengthFinderMD* pour aider nos gens à reconnaître et à comprendre leurs principales forces et à en tirer profit.

PERFECTIONNEMENT DE NOS EMPLOYÉS

Au cours du dernier exercice, dans bon nombre de nos magasins à l'échelle mondiale, nous avons instauré divers programmes ciblés de perfectionnement en leadership pour les employés de tous les échelons. Par exemple, dans l'unité d'affaires de la région de la Côte Ouest des États-Unis, nous avons lancé un programme de leaders émergents pour nos gérants en magasins et un programme accéléré de leadership pour les cadres intermédiaires. Nos unités d'affaires du Danemark, de la Lituanie et de la Norvège ont mis en place des programmes de leadership pour les gérants de magasins hautement performants ou les cadres intermédiaires qui se démarquent. Dans notre unité d'affaires du Québec Ouest, nous avons mené un projet pilote visant à former nos gérants de magasins sur la façon d'embaucher et de former les nouveaux employés, en adoptant une approche de « formation des formateurs » pour le perfectionnement nos employés.

Engagement de nos gens

Nous cherchons à mobiliser nos gens en écoutant leurs préoccupations, en créant un environnement sain et stimulant et en reconnaissant leur contribution à notre entreprise.

À L'ÉCOUTE DE NOS GENS

Chaque année, notre sondage auprès de nos employés nous permet de mieux comprendre leur niveau de satisfaction au travail. Chaque unité d'affaires examine avec soin les résultats avec ses équipes, identifie des opportunités d'amélioration et élabore un plan d'action. L'objectif premier de ce processus est d'améliorer l'expérience en milieu de travail pour tous les employés et de stimuler la performance de l'équipe.

SE SENTIR ENGAGÉ ET RESPECTÉ

Les plus récentes tendances émanant de notre sondage auprès des employés pour l'exercice 2020 sont positives : le taux de participation a été de 88 % comparativement à 85 % lors de l'exercice 2019, et les niveaux d'engagement affichent dans l'ensemble une hausse, ayant passé de 4,04 pour l'exercice 2019 à 4,08. Le niveau de fierté lié au fait de travailler chez Couche-Tard a augmenté pour atteindre 4,38 cette année, et plus d'employés se sentent respectés au travail. Globalement, les résultats pour la plupart des catégories du sondage ont inscrit une amélioration importante par rapport à l'exercice précédent.

POINT DE MIRE : UNE ÉQUIPE

Au fil de notre croissance mondiale, nous avons recentré notre organisation sur la philosophie « Une équipe » afin d'offrir un cadre global plus clair tout en encourageant les unités d'affaires locales à rester agiles. Lancé au cours de l'exercice 2020, ce nouveau modèle a permis d'accroître l'engagement en clarifiant les rôles et les attentes et en fournissant une plus grande clarté organisationnelle.

GRAND CANYON (ÉTATS-UNIS)

Notre bulletin hebdomadaire *JOURNAL* permet de partager les commentaires positifs de nos clients, de reconnaître nos employés et fait état des meilleures pratiques.

IRLANDE (EUROPE)

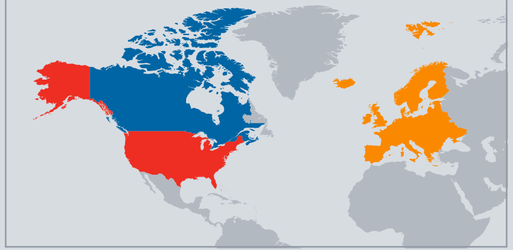
Nous avons instauré un programme de santé et de mieux-être qui offre du soutien au moyen d'une application interactive, des cours sur place et d'activités supplémentaires, comme des marches organisées et des conférences sur le bien-être et la nutrition.

POLOGNE (EUROPE)

Nous avons lancé diverses initiatives axées sur la santé, y compris le défi de 100 jours, et avons accru de 300 % le nombre moyen de pas effectués par nos employés, ce qui a permis d'améliorer leur santé et leur engagement.

RUSSIE (EUROPE)

Nous avons tenu un sommet sur le commerce de détail « Une équipe, qui croît ensemble » afin de communiquer notre stratégie d'affaires et d'aligner nos employés sur un objectif commun.



ENGAGEMENT DANS LA COMMUNAUTÉ

Nous nous sommes engagés à être un bon voisin en contribuant à la sécurité, la santé et au dynamisme des communautés. En plus de soutenir les causes communautaires locales, nous contribuons également au soutien de la jeunesse et à la prévention du crime par nos investissements et partenariats stratégiques.

L'importance de l'engagement dans la communauté

Dans l'ensemble de notre réseau mondial de magasins, nous sommes profondément enracinés dans nos communautés, grandes ou petites. Cela nous donne l'opportunité de faire une différence réelle et significative dans la vie des gens, en faisant notre part pour bâtir des communautés dynamiques, propres et sécuritaires.

Nous ne sommes pas seulement un commerce d'accommodation, nous faisons partie des quartiers où nous travaillons et vivons. Notre modèle d'affaires décentralisé nous permet de nous concentrer sur ce qui compte le plus pour chacune des communautés locales. Au cours des exercices 2019 et 2020, nous avons soutenu divers projets et initiatives visant en particulier les jeunes, la santé et l'éducation.

PRINCIPALES INITIATIVES

- Accompagner nos jeunes et nos enfants
- Investir dans la santé, l'éducation et la sécurité

FAITS SAILLANTS DE LA PERFORMANCE

Investissements annuels dans les communautés de plus de **$11M** pour l'exercice 2020

Accompagner nos jeunes et nos enfants

Dans l'ensemble de notre réseau mondial, nous soutenons les organismes locaux qui aident les enfants et les jeunes dans le besoin afin de donner à tous une chance pour un meilleur avenir.

FINANCER DES GARDERIES POUR DES ENFANTS À RISQUE

Notre unité d'affaires de la Lituanie travaille depuis longtemps avec l'organisme « Sauver les enfants » afin de mettre sur pied des garderies de jour pour les enfants provenant de familles à risque. Les garderies offrent aux enfants un endroit sécuritaire où aller après l'école ainsi qu'un milieu dans lequel ils peuvent apprendre, s'améliorer, créer, se faire des amis et s'intégrer à la société. À ce jour, nous avons financé 6 des 40 garderies qui sont actuellement en activité en Lituanie.

SOUTENIR LES ENFANTS AYANT DES RETARDS NEURODÉVELOPPEMENTAUX

De septembre 2015 à juillet 2019, notre unité d'affaires de l'Irlande a établi un partenariat avec la *Jack & Jill Children's Foundation*. Cet organisme offre du soutien, des services de défense des droits et des services infirmiers à domicile aux familles ayant des enfants de moins de cinq ans qui ont un retard neurologique important. Pendant la durée de ce partenariat de quatre ans, notre unité d'affaires de l'Irlande a amassé plus de 600 000 $ grâce à diverses initiatives auxquelles tant nos clients que nos employés ont contribué.

AGIR POUR FAIRE CESSER L'INTIMIDATION ET LA DISCRIMINATION

Notre unité d'affaires Automats soutient, depuis plus de trois ans, La fondation *Friends*, en Suède, qui s'emploie à faire cesser l'intimidation et la discrimination chez les enfants et les jeunes. Au cours de l'exercice 2020, elle a également commencé à soutenir Julemaerkefonden, au Danemark, qui aide les enfants âgés de 7 à 14 ans qui font face à de l'intimidation ou à la solitude.

ACCROÎTRE LES OPPORTUNITÉS DE FAIRE DU SPORT OU DES ACTIVITÉS

Nous visons également à avoir un impact positif sur la vie des jeunes en bâtissant des communautés qui offrent des opportunités d'avoir un mode de vie actif et sain. Par exemple, notre programme *Froster Active Kids*, en Ontario, aide à financer des programmes d'athlétisme ainsi que des initiatives qui soutiennent la responsabilisation des jeunes. En Amérique du Nord, nous commanditons et gérons des organismes caritatifs qui viennent en aide à bon nombre d'organisations pour les jeunes et encouragent les activités sportives.

Investir dans la santé, l'éducation et la sécurité

Nous collaborons avec des partenariats communautaires afin de prévenir la criminalité tout en investissant dans des causes locales liées à la santé, à l'éducation et à la sécurité dans le but de solidifier nos communautés.

INVESTIR DANS DES CAUSES LIÉES À LA SANTÉ

Nous investissons dans des causes liées à la santé dans un grand nombre de nos unités d'affaires à l'échelle mondiale. Par exemple, notre unité d'affaires de la Norvège contribue de façon importante à l'initiative « Ruban rose », une organisation de recherche sur le cancer du sein. Notre unité d'affaires du Québec Est et de l'Atlantique soutient diverses causes liées à la santé, notamment Cœur + AVC en Atlantique (recherches sur les maladies du cœur et les accidents vasculaires cérébraux) et Opération Enfant Soleil au Québec (fonds pour développer des soins pédiatriques de qualité). Notre unité d'affaires de la région du Texas, aux États-Unis, investit chaque année dans le *Children's Miracle Network* alors que notre unité d'affaires de la région de la Côte Ouest, aux États-Unis, soutient la Croix rouge au moyen de boîtes de dons de monnaie, d'événements de collectes de fonds et de collectes de sang.

SOUTENIR LES ÉCOLES

Aux États-Unis, nous avons investi près de 135 000 $ au cours de l'exercice 2019 afin d'offrir des bourses d'études à des élèves du secondaire ainsi que des nouveaux véhicules et de l'essence gratuite aux enseignants. Par ailleurs, notre campagne annuelle *Fuel My Schools* permet de financer l'achat de fournitures et d'équipements indispensables pour les écoles locales.

PROTÉGER LES FEMMES

Dans notre unité d'affaires de l'Ouest du Canada, nous contribuons de manière importante à la fondation pour les refuges pour femmes Brenda Strafford. Notre investissement annuel d'environ 87 000 $ aide à financer le « magasin » du refuge permettant aux femmes d'acheter des articles essentiels après avoir laissé tout derrière elles.

SENSIBILISER LES ENFANTS À LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

En Russie et en Pologne, nous avons travaillé à sensibiliser les enfants à la sécurité routière à l'aide de programmes éducatifs rejoignant plus de 50 000 enfants âgés de 3 à 15 ans.

GOUVERNANCE

En nous appuyant sur nos valeurs fondamentales, nous nous efforçons de mener nos activités dans le respect des normes les plus élevées en matière d'éthique et d'intégrité, de mobiliser nos partenaires et de veiller à divulguer l'information de façon transparente dans le cadre de notre engagement à l'égard de nos activités commerciales.

L'importance de la gouvernance

Transmettre notre culture fondée sur nos valeurs à l'échelle de notre réseau mondial fait partie intégrante de notre réussite. Alors que notre marque continue de croître, nous instaurons une culture globale afin d'unir nos efforts pour devenir la destination préférée pour l'achat de marchandises et de carburant à travers le monde.

Nos valeurs fondamentales sont la base de notre entreprise , soit la FIERTÉ, à savoir les Personnes, les Résultats, l'Amélioration, le Développement et l'Esprit entrepreneurial, ainsi que le respect mutuel qui fait partie de notre politique intitulée l'Épreuve des médias. Ces valeurs sont soutenues par un leadership fort, un code de conduite clair, des systèmes de conformité efficaces et des programmes de formation à l'intention des employés. Au cours des exercices 2019 et 2020, nous avons révisé plusieurs de nos politiques globales et régionales afin de les clarifier davantage, de les aligner sur les nouvelles exigences législatives et d'assurer l'uniformité dans l'ensemble de l'organisation.

Grâce à notre engagement continu avec nos clients, employés et investisseurs, nous nous efforçons de comprendre leurs préoccupations et de trouver des manières novatrices de croître. De plus, nous travaillons avec nos fournisseurs dans le but non seulement de nous assurer de leur respect de nos valeurs et normes, mais aussi de trouver des solutions mutuellement avantageuses aux problèmes environnementaux et sociaux.

PRINCIPALES INITIATIVES

- Structure de gouvernance
- Engagement de nos partenaires
- Approvisionnement responsable
- Interventions d'urgence

FAITS SAILLANTS DE LA PERFORMANCE

97,0 % de nos employés aux États-Unis ont signé notre politique d'éthique l'Épreuve des médias au cours de l'exercice 2020

31 évaluations de nos fournisseurs externes sur le développement durable menées en Europe au cours de l'exercice 2020

Dans de nombreuses régions où nous exerçons nos activités, nos magasins sont désignés comme étant des infrastructures essentielles pour desservir les communautés. Pendant la crise de la COVID-19, nous avons mis en place nos plans et procédures d'intervention d'urgence et avons créé, très tôt, des plans de continuité des activités qui nous ont permis de maintenir nos services tout en assurant la sécurité et la protection de nos employés et de nos clients.

Structure en matière de gouvernance

Notre structure, nos politiques et nos procédures en matière de gouvernance nous permettent d'établir des lignes directrices pour agir de façon responsable envers nos partenaires et de veiller à ce que nos valeurs soient appliquées uniformément dans l'ensemble de l'organisation.

ENCADREMENT PAR L'ÉQUIPE DE DIRECTION EXÉCUTIVE

Au cours de l'exercice 2020, l'équipe de direction exécutive a pris l'importante décision d'élever le développement durable au cœur de toutes nos activités, créant de ce fait un cadre mieux défini et intégrant le développement durable dans notre mode de pensée. À cette fin, nous avons mis sur pied un comité de pilotage multifonctionnel, à l'échelle mondiale, sur le développement durable afin d'orienter l'élaboration et la mise en œuvre de notre approche. Soutenu par une équipe dédiée au développement durable et relevant de la responsable exécutive et du conseil d'administration, notre comité de pilotage nous permet de faire progresser nos initiatives en matière de développement durable. Nous avons également affecté des parrains de projet à chacune de nos priorités en matière de développement durable (carburant, énergie, emballage et déchets et sécurité au travail) afin de nous assurer que nous avons la bonne structure de responsabilisation en place pour nous permettre d'atteindre nos cibles ambitieuses pour 2025.

Conseil d'administration
(Comité des ressources humaines et de la gouvernance)

Encadre les cibles, les programmes, les risques, la performance et la présentation d'informations pour ce qui est du développement durable.

Équipe de direction exécutive

Évalue l'adéquation et l'efficacité de la stratégie en matière de développement durable et assure l'intégration du développement durable à la stratégie d'affaires.

Chef de la direction des ressources humaines
(Responsable exécutif du développement durable)

Travaille avec l'équipe dédiée au développement durable afin de mettre en œuvre la stratégie en matière de développement durable. Est responsable de la stratégie, des initiatives et de la performance.

Parrains de projet

Sont responsables de la feuille de route et des cibles pour ce qui est des priorités du développement durable : carburant, énergie, emballage et déchets et sécurité au travail.

Comité de pilotage sur le développement durable

Oriente l'élaboration de la stratégie en matière de développement durable et s'assure de sa pertinence dans l'ensemble des fonctions et des unités d'affaires.

RESPECT DE L'ÉTHIQUE ET DE L'INTÉGRITÉ À L'ÉCHELLE MONDIALE

Nos principales valeurs sont soutenues par notre code de conduite et nos politiques incluses dans *l'Épreuve des médias*, qui énoncent nos principes en ce qui a trait au respect de l'éthique et de l'intégrité. Ces principes sont soutenus par l'équipe de direction exécutive, et tous les employés, consultants et administrateurs sont tenus de s'y conformer et de suivre une formation annuelle sur la conduite éthique. Au cours de l'exercice 2020, nous avons commencé à mettre à jour les aspects de l'anonymat et de la facilité d'accès à notre ligne d'assistance en matière d'éthique, un canal que les parties prenantes peuvent utiliser pour signaler leurs préoccupations en matière d'inconduite éthique.

En conformité avec notre approche *Une équipe,* nous avons commencé à élaborer des politiques mondiales, lorsque c'est possible, pour nous assurer que nous exerçons nos activités selon une approche responsable et fondée sur des principes dans toutes nos unités d'affaires. Au cours de l'exercice 2020, nous avons élaboré une politique mondiale de délégation de pouvoir et prévoyons continuer à centraliser les politiques.

ALIGNEMENT AVEC LA NOUVELLE RÉGLEMENTATION SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

En Europe, nous avons apporté plusieurs changements au cours des exercices 2019 et 2020 afin de nous conformer au règlement général sur la protection des données (RGPD), qui est la nouvelle loi européenne sur les données, la protection de la vie privée et la sécurité. Notre chef de la direction de la protection des données et les membres de la direction exécutive encadrent les décisions touchant le traitement des données, la vie privée et la protection des données personnelles, et ils ont mis en œuvre des contrôles clés liés aux ententes de traitement, aux études d'impacts et aux procédures d'accès par nos clients. Pour créer une expertise fonctionnelle en ce qui a trait à la nouvelle législation et aux nouvelles procédures, nous avons offert une nouvelle formation à tous les employés européens et nous avons identifié des responsables de la protection de données personnelles en vue de leur offrir du soutien. Nous avons également commencé à mettre à jour nos procédures en Amérique du Nord pour nous conformer aux nouvelles lois américaines et canadiennes.

Engagement de nos partenaires

À titre de détaillant responsable, nous cherchons à engager tous nos partenaires afin de mieux comprendre les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance qui sont importants pour eux.

En termes simples, ce qui compte pour nos employés, nos clients, nos clients commerciaux (B2B), nos fournisseurs, les organismes non gouvernementaux (ONG) et nos investisseurs nous tient à cœur. Conformément à notre objectif d'être un détaillant responsable, nous entretenons un dialogue soutenu avec chacun de nos principaux partenaires.

	Clients	Employés	Fournisseurs	ONG	Communautés et gouvernements	Investisseurs
Préférences et attentes	Se tournent vers les entreprises pour offrir des produits/services durables afin qu'il soit plus facile de faire de meilleurs choix	Préfèrent travailler pour une entreprise qui fait face proactivement aux enjeux de développement durable et crée une culture inclusive et équitable	Font face à leur propre ensemble d'exigences liées au développement durable et s'attendent à ce que leurs partenaires les soutiennent	Encouragent la participation des entreprises au dialogue entre de multiples parties prenantes pour faire avancer le développement durable	S'attendent à une conduite éthique ferme, à de bonnes pratiques de gérance et à un investissement dans des initiatives locales pour améliorer la société	Se concentrent de plus en plus sur une gestion solide des risques ESG et la transparence
Approche en matière de dialogue	Sondages annuels auprès de nos clients, groupes de discussion, interactions au quotidien et nos nouveaux agents conversationnels, Kay et Hélène	Sondages auprès des employés, encadrement et formation en cours d'emploi, intranet et évaluation du rendement	Ententes de services, réunions et conférences	Associations sectorielles, conférences, tables rondes, consultations et organisations inter-gouvernementales	Organismes caritatifs locaux, consultations et autorités municipales régionales et nationales, y compris les chambres de commerce	Assemblée annuelle générale, tournées des investisseurs, appels et courriels et appels trimestriels avec les analystes
Faits saillants des unités d'affaires	**Norvège (Europe)** Prix de l'indice de marque durable dans notre secteur pour quatre années d'affilée	**Québec (Canada)** Prix Créateur d'emplois du Québec	**Texas (États-Unis)** Meilleur détaillant pour Anheuser-Busch en Amérique du Nord	**Grand Canyon (États-Unis)** MADD – Partenaire communautaire de l'année	**Estonie (Europe)** Gagnant du prix de la marque de commerce la plus aimée en Estonie	**Lituanie (Europe)** Prix de la société la plus transparente 2019

Approvisionnement responsable

Nous comprenons que notre responsabilité va au-delà de nos activités et s'étend jusqu'à notre chaîne d'approvisionnement. Pour cette raison, nous nous sommes engagés à travailler avec nos fournisseurs pour promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement et socialement responsables.

ÉVALUER LES PRATIQUES EN DÉVELOPPEMENT DURABLE DES FOURNISSEURS

Pour nous assurer que nos fournisseurs répondent à nos attentes en matière de développement durable, nous avons intégré le développement durable dans notre processus de préqualification des fournisseurs, qui nous permet d'évaluer les risques auxquels sont exposés les fournisseurs au chapitre de la santé et de la sécurité, des conditions de travail, des droits de la personne, de l'environnement et des pratiques éthiques. Nous traitons également du développement durable dans nos contrats avec les fournisseurs. Pendant la durée du contrat, tous les fournisseurs de marques privées doivent consentir à une vérification sur leurs produits conformément à nos lignes directrices strictes relatives à la qualité, à la sécurité et à la traçabilité. En outre, tous les fournisseurs européens de marques privées doivent communiquer des informations sur la plateforme EcoVadis afin de nous permettre de surveiller leur performance en matière de développement durable au fil du temps.

INTÉGRER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE PROCESSUS DE SÉLECTION DES FOURNISSEURS

Nous avons commencé à intégrer le développement durable dans les critères d'évaluation des fournisseurs. Par exemple, l'emballage durable fait partie de nos critères d'évaluation pour nos marques privées. De plus, lorsque nous achetons des équipements, nous mettons grandement l'accent sur l'efficacité énergétique et l'utilisation efficace de l'eau ainsi que sur les coûts d'entretien pendant la durée de vie de l'équipement. Dans la mesure du possible, nous recherchons des équipements modulaires dont les pièces peuvent être facilement remplacées pour en prolonger leur durée de vie utile. Nous sélectionnons des fournisseurs qui nous offrent des solutions technologiques nous permettant d'atteindre nos objectifs de développement durable. Par exemple, notre fournisseur de machines pour le café sur demande a été sélectionné parce que sa technologie nous permet de réduire nos déchets alimentaires.

RÉDUIRE NOS IMPACTS EN COLLABORATION AVEC LES FOURNISSEURS

Nous collaborons avec des fournisseurs à l'échelle mondiale pour trouver des opportunités d'économie d'énergie et de déchets qui sont avantageuses pour les deux parties. Au cours de l'exercice 2020, par exemple, notre unité d'affaires du Texas a travaillé avec un fournisseur grossiste en vue de réduire le nombre de livraisons par semaine pour 219 magasins, ce qui a réduit de 1,6 million le nombre de kilomètres parcourus par les véhicules. En Irlande, nous avons également établi des partenariats avec nos fournisseurs pour réduire la fréquence des livraisons, et dans divers sites aux États-Unis, nous travaillons avec nos fournisseurs de gestion des déchets pour diminuer la fréquence des collectes grâce au recours à des conteneurs de collecte de dimension améliorée. En plus des projets de logistique, nous collaborons avec nos fournisseurs pour modifier les emballages. Par exemple, en Europe, nous avons engagé l'un de nos principaux fournisseurs de noix afin qu'il remplace les emballages en plastique par des emballages en papier. De plus, nous continuons de travailler avec nos fournisseurs de café et de thé afin de nous assurer qu'ils tentent activement d'obtenir la certification *Rainforest Alliance* que nous avons pour notre café dans nos magasins.

Interventions d'urgence

Nous nous sommes engagés à nous préparer aux urgences et à intervenir rapidement et efficacement afin de réduire au minimum les incidences sur nos employés, nos clients, nos communautés, notre environnement et nos activités.

COVID-19 – NOS INTERVENTIONS

En février 2020, nous avons entrepris un projet pilote consistant à mettre en place le programme européen d'intervention d'urgence dans nos divisions Grand Canyon et du Sud-Est des États-Unis, avec comme objectif l'expansion du programme à l'échelle mondiale. Ce projet pilote a été rapidement élargi en mars 2020 en réponse à la crise de la COVID-19.

Étant donné la taille de notre réseau mondial et des millions de clients avec qui nous interagissons chaque jour, nos équipes ont travaillé avec diligence pour assurer la sécurité de nos clients et de nos employés pendant cette pandémie. Conformément aux recommandations des principales autorités en santé, nous avons pris les mesures suivantes :

- Limiter l'achalandage en magasin et gérer la distanciation physique.
- Accroître nos stocks de fournitures appropriées en matière d'hygiène et autres produits d'urgence afin de répondre aux besoins de nos clients.
- Offrir à nos gens des fournitures appropriées en matière d'hygiène et des directives sur les meilleures pratiques de nettoyage préventif et de nettoyage post-exposition.
- Soutenir nos travailleurs de première ligne pendant cette crise en offrant gratuitement du café, du thé et des boissons en fontaine aux premiers intervenants et aux travailleurs de la santé.
- Rehausser la sécurité en magasin par l'installation de panneaux de plexiglas à la caisse et mettre l'accent sur les paiements autres qu'en espèces.
- Instaurer une prime d'appréciation en situation d'urgence en Amérique du Nord pour tous les employés à taux horaire en magasins et dans les centres de distribution.
- Mettre en place des options de congé de maladie en situation d'urgence pour nos employés en Amérique du Nord pour couvrir la période exigée d'isolement à domicile de 14 jours.
- Publier de nouvelles directives et procédures pour soutenir les employés de bureau en télétravail pour leur permettre de poursuivre l'exécution des fonctions opérationnelles essentielles à l'entreprise.
- Rehausser nos mesures relatives à la cybersécurité, en rappelant aux employés les meilleures pratiques à suivre lorsqu'ils utilisent les technologies de l'information en situation de télétravail.

Nous sommes à l'écoute de nos employés et clients afin de nous assurer qu'ils se sentent en sécurité, en santé et soutenus. À mesure que nous traversons cette période d'incertitude, notre équipe mondiale en SSE reste en communication constante avec notre équipe de direction exécutive pour déterminer quelles seront les meilleures mesures à prendre, à l'échelle locale et mondiale.

FOURNIR DE L'ÉTHANOL POUR LA FABRICATION DE DÉSINFECTANT POUR LES MAINS

Au début de la crise de la COVID-19, les autorités danoises nous ont soumis une demande urgente : elles avaient besoin de recevoir une vaste quantité d'éthanol convenant à la fabrication de produits désinfectants pour les mains, et ce, en quelques jours. Grâce aux efforts déployés par des employés à l'échelle mondiale, nous avons pu obtenir 300 000 litres d'éthanol en quelques semaines et, le 23 avril 2020, nous avons approvisionné en éthanol les fabricants danois.

Étendue du rapport

Notre rapport sur le développement durable souligne notre engagement en matière de transparence en tant qu'entreprise. Nous l'avons harmonisé avec les normes internationales de développement durable et planifions de le publier périodiquement.

ÉTENDUE

Ce deuxième rapport se penche sur notre approche et nos progrès en matière de développement durable à ce jour. Il porte sur les exercices 2019 et 2020, soit la période du 30 avril 2018 au 26 avril 2020.

Le contenu de ce rapport couvre nos fonctions corporatives et les secteurs de l'entreprise que nous gérons directement aux États-Unis, au Canada et en Europe. Il n'inclut pas les activités des titulaires de licences, marchands et franchisés sur lesquels nous n'exerçons pas le contrôle opérationnel.

NORMES

Nous avons élaboré le contenu du présent rapport en fonction des normes de la *Global Reporting Initiative* et du *Sustainability Accounting Standards Board*. Un index de notre alignement avec les normes de la GRI et du SASB est disponible à l'adresse suivante : www.couche-tard.com

CERTIFICATION PAR UNE TIERCE PARTIE

Les données présentées dans ce rapport n'ont pas été vérifiées par une tierce partie. Nous envisageons d'obtenir la certification d'une tierce partie dans les années à venir pour renforcer davantage notre approche. Dans notre premier rapport, nous nous sommes conformés aux pratiques de l'industrie qui consistent à divulguer de façon exhaustive les données qualitatives et quantitatives.

RÉTROACTION ET COMMENTAIRES

Nous accueillons à bras ouverts les commentaires et la rétroaction sur ce rapport à l'adresse suivante : www.actevolue.com

Tableau de données

Les données présentées ci-après couvrent les exercices 2019 et 2020, soit la période du 30 avril 2018 au 26 avril 2020. Les sites présentés couvrent les États-Unis, le Canada et l'Europe où nous exerçons le contrôle opérationnel et avons l'autorité nécessaire pour introduire et implanter nos politiques d'exploitation. Le tableau de données suivant présente les attentes en ce qui concerne les données quantitatives portant sur la GRI, lorsqu'elles sont disponibles.

LIEN GRI	SUJET	MESURE	EXERCICE 2020 (a)	EXERCICE 2019 (a)	EXERCICE 2018 (a)
ÉCONOMIE					
201-1	Revenus	En millions de dollars américains	54 132,4	59 117,6	51 394,4
201-1	Charges d'exploitation (b)	En millions de dollars américains	6 572,2	6 706,0	6 070,4
201-4	Impôts versés aux gouvernements	En millions de dollars américains	193,6	336,7	277,5
EXPÉRIENCE CLIENT					
102-7	**Nombre total de sites** (c)	Nombre	9 691	9 794	9 718
102-7	Nombre total de sites au Canada	Nombre	1 790	1 798	1 587
102-7	Nombre total de sites aux États-Unis	Nombre	5 892	5 999	6 133
102-7	Nombre total de sites en Europe	Nombre	2 009	1 997	1 998
GESTION ENVIRONNEMENTALE (d)					
ÉNERGIE ET EMPREINTE CARBONE					
305	**Total des émissions de GES (portées 1 et 2)** (e)	Tonnes métriques d'équivalent CO_2	841 125,1	932 319,1	784 990,1
305-1	Émissions directes de GES (portée 1) (f)	Tonnes métriques d'équivalent CO_2	26 001,8	26 764,8	18 316,7
305-2	Émissions indirectes de GES (portée 2) (g)	Tonnes métriques d'équivalent CO_2	815 123,3	905 554,3	766 673,4
305-4	**Intensité des émissions de GES par site** (h)	Tonnes métriques d'équivalent CO_2 par site	91,2	100,0	85,3
305-4	Réduction des émissions de GES par site	Pourcentage (%)	- 8,79 %	17,16 %	- 20,0 %
302-1	**Consommation énergétique totale au sein de l'organisation**	Mégawattheures (MWh)	2 333 438,5	2 471 543,3	2 166 151,8
302-1	Énergie directe (f)	MWh	143 097,1	147 298,0	100 663,1
302-1	Énergie indirecte (g)	MWh	2 190 341,4	2 324 245,3	2 030 520,7
302-3	**Consommation énergétique par site** (h)	MWh par site	253,0	265,0	231,7
302-3	Réduction de la consommation énergétique par site	Pourcentage (%)	- 4,55 %	14,40 %	14,2%
CONSOMMATION D'EAU (i)					
303-3	**Prélèvement d'eau**	Mégalitres	11 630,0	12 350,1	9 986,9
303-3	**Volume total d'eau prélevé par site**	Mégalitres par site	1,7	1,8	1,5
303-3	Réduction du volume total d'eau prélevé par site	Pourcentage (%)	- 4,6 %	21,7 %	- 7,0 %
NOS GENS					
102-8	**Nombre total d'employés** (j)	Nombre	89 985	92 093	88 831
102-8	Nombre total d'employés – Temps plein	Nombre	53 590	51 365	54 500
102-8	Nombre total d'employés – Temps partiel	Nombre	36 395	40 728	34 331
102-8	Nombre total d'employés – États-Unis	Nombre	66 757	66 933	61 942
102-8	Nombre total d'employés – Canada	Nombre	10 931	10 889	11 102
102-8	Nombre total d'employés – Europe	Nombre	12 297	14 271	15 787
SÉCURITÉ AU TRAVAIL (k)					
403-9	Décès	Nombre	1	1	3
403-9	Accidents du travail aux conséquences graves (l)	Nombre	37	46	485
403-9	Taux d'accidents du travail aux conséquences graves	Taux	0,05	0,06	0,69
403-9	Taux d'accidents du travail enregistrables	Taux	2,7	2,9	2,2
403-9	Accidents du travail enregistrables (l)	Nombre	1 965	2 087	1 545
DIVERSITÉ ET INCLUSION (m)					
405-1	**Nombre total de femmes**	Nombre	53 552	52 135	55 404
405-1	Nombre total de femmes – États-Unis	Nombre	40 398	37 873	39 961
405-1	Nombre total de femmes – Canada	Nombre	5 630	5 817	6 039
405-1	Nombre total de femmes – Europe	Nombre	7 524	8 445	9 404
405-1	**% de femmes par rapport au total des employés**	Pourcentage (%)	59,5 %	56,6 %	62,4 %
405-1	% de femmes – Haute direction	Pourcentage (%)	28,1 %	24,2 %	21,0 %
405-1	% de femmes – Direction	Pourcentage (%)	61,8 %	62,1 %	62,2 %
405-1	% de femmes – Postes autres que de direction	Pourcentage (%)	60,8 %	61,6 %	62,5 %
ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS					
NA	Employés engagés	Pourcentage (%)	53,0 %	50,0 %	50,0 %
NA	Employés ayant répondu au sondage sur l'engagement	Pourcentage (%)	88,0 %	86,0 %	92,0 %
ENGAGEMENT DANS LA COLLECTIVITÉ					
413-1	Unités d'affaires ayant des programmes locaux d'engagement dans la collectivité (n)	Pourcentage (%)	100,0 %	100,0 %	100,0 %
GOUVERNANCE					
STRUCTURE DE GOUVERNANCE (o)					
102-22	Diversité des genres des membres du conseil d'administration	Pourcentage (%)	30,0 %	27,3 %	27,3 %
102-22	Diversité des genres des administrateurs indépendants	Pourcentage (%)	57,1 %	50,0 %	50,0 %
102-22	Indépendance du conseil d'administration	Pourcentage (%)	53,8 %	54,5 %	54,5 %
102-22	Mandat des administrateurs du conseil d'administration	Nombre	12,8	16,5	15,5
APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE					
308 et 414	Nombres d'évaluations de développement durable de fournisseurs externes	Nombre	31	29	29

a. Nos données présentées couvrent deux exercices, à savoir la période de 30 avril 2018 au 28 avril 2019 (l'exercice 2020) et la période du 29 avril 2019 au 26 avril 2020 (l'exercice 2020). Au moment de la préparation de ce rapport, l'exercice 2020 était le dernier pour lequel nous avions des données complètes.

b. Les frais d'exploitation incluent les Frais d'exploitation, de vente et d'administration et frais généraux. Nous avons révisé le total de nos dépenses opérationnelles de l'exercice 2018 de 6 074,6 à 6 070,4 afin de se conformer à un changement des normes comptables. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les frais d'exploitation, veuillez-vous référer à nos rapports annuels se trouvant sur notre site Web corporatif.

c. Nos sites présentés couvrent les États-Unis, le Canada et l'Europe où nous détenons le contrôle opérationnel et avons l'autorité nécessaire pour introduire et implanter des politiques opérationnelles. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez-vous reporter à nos notices annuelles se trouvant sur notre site Web corporatif pour l'ensemble de nos sites.

d. Nos données sur la gestion environnementale couvrant les émissions de GES, l'énergie et l'eau sont présentées selon une approche de la consolidation du contrôle opérationnel des sites où nous disposons de l'autorité nécessaire pour introduire et implanter des politiques opérationnelles.

e. Nos émissions de GES ont été calculées au moyen du protocole sur les GES, couvrant les émissions des portées 1 et 2 seulement. Nous avons mesuré le dioxyde de carbone, le méthane et l'oxyde nitreux au moyen des facteurs d'émission tirés des *Climate Registry Default Emission Factors* et émanant de l'Agence internationale de l'énergie, l'*Association of Issuing Bodies* et le rapport 2019 de *Climate Transparency*. Nous avons appliqué les potentiels de réchauffement planétaire du Cinquième rapport d'évaluation du GIEC.

f. Les émissions directes de GES et l'énergie directe incluent le gaz naturel en Amérique du Nord.

g. Les émissions indirectes de GES et l'énergie indirecte incluent l'énergie couvrant à la fois les sources d'énergie renouvelable et non renouvelable en Amérique du Nord et en Europe. Il y a eu une augmentation significative entre 2018 et 2019 en raison de deux variables: 1) Pour l'Europe: l'inclusion des données de l'unité d'affaires d'Irlande en 2019 et 2020 qui étaient auparavant exclues en 2018 en raison de contraintes au niveau des données. 2) Pour l'Amérique du Nord: l'inclusion d'un grand nombre de sites au cours des deux derniers mois de 2018, contribuant à seulement deux mois de consommation en 2018 contre 12 mois complets de consommation en 2019 et 2020.

h. L'intensité des émissions de GES par site est fondée sur les sites américains, canadiens et européens pour lesquels les données énergétiques sont recueillies. En tout, 9 224 sites ont été couverts à l'exercice 2020, 9 325 sites à l'exercice 2019 et 9 199 sites à l'exercice 2018.

i. Les données sur l'eau ne couvrent que divers sites en Amérique du Nord. En tout, 6 855 sites ont été couverts à l'exercice 2020, 6 941 sites à l'exercice 2019 et 6 828 sites à l'exercice 2018.

j. Le nombre d'employés représente les États-Unis, le Canada et l'Europe, y compris les employés de Holiday. Les nombres d'employés pour l'exercice 2018 ont été retraités pour inclure les employés de Holiday, qui n'étaient pas inclus auparavant.

k. Le taux d'accidents du travail aux conséquences graves et enregistrables est sur la base de 200 000 heures travaillées.

l. Pour les exercices 2019 et 2020, nous avons établi une définition mondiale des accidents du travail aux conséquences graves et des accidents du travail enregistrables, alignant de ce fait nos définitions en vigueur en Europe et en Amérique du Nord. Dans l'ensemble, le nombre consolidé d'accidents est demeuré relativement constant pendant les trois exercices.

m. Dans quelques cas (moins de 0,01 %), l'information sur les genres n'était pas disponible dans nos systèmes et des estimations ont dû être faites. La définition de la haute direction est selon basé sur l'organigramme d'ACT. Le nombre total de femmes exclut les employés en congé de longue durée.

n. Le pourcentage d'unités d'affaires ayant des programmes locaux d'engagement dans la collectivité a été déterminé à l'aide d'un sondage envoyé à chaque unité d'affaires. Il a été présumé qu'il y avait engagement dans la collectivité lorsque l'unité d'affaires avait fait un don à un projet communautaire ou à une ONG ou avait investi dans un projet communautaire ou une ONG.

o. Pour obtenir de plus amples informations sur les données de gouvernance, veuillez-vous reporter à no circulaires de sollicitation de procurations de la direction se trouvant sur notre site Web corporatif.

Quelques associations sectorielles dont nous sommes membres

Déclarations prospectives

Le présent rapport comprend certaines « déclarations prospectives » au sens des lois en valeurs mobilières au Canada. Toute déclaration contenue dans le présent rapport qui ne constitue pas un fait historique peut être considérée comme une déclaration prospective. Dans le présent rapport, les verbes « croire », « pouvoir », « devoir », « prévoir », « s'attendre à », « estimer », « présumer » ainsi que d'autres expressions similaires indiquent en général des déclarations prospectives. Il est important de noter que les déclarations prospectives faites dans ce rapport décrivent nos prévisions en date du 24 juillet 2020 et ne donnent aucune garantie quant à la performance future de Couche-Tard ou de son secteur d'activité, et elles supposent des risques connus et inconnus ainsi que des incertitudes pouvant faire en sorte que les perspectives, les résultats réels ou le rendement de Couche-Tard ou ceux de son secteur d'activité soient significativement différents des résultats ou du rendement futurs exprimés ou sous-entendus par ces déclarations. Nos résultats réels peuvent différer de façon importante des projections ou attentes que nous avons formulées si des risques connus ou inconnus affectent nos activités ou si nos estimations ou nos hypothèses se révèlent inexactes, ce qui pourrait également avoir pour conséquence d'amplifier ou de diluer l'effet de cette variation. Par conséquent, nous ne pouvons garantir la réalisation des déclarations prospectives; le lecteur est donc prié de ne pas se fier indûment à ces déclarations prospectives.

Les déclarations prospectives ne tiennent pas compte de l'effet que pourraient avoir sur nos activités des transactions ou des éléments spéciaux annoncés ou survenant après ces divulgations. Par exemple, elles ne tiennent pas compte de l'incidence des ventes d'actifs, des monétisations, des fusions, des acquisitions, des autres regroupements d'entreprises ou transactions, des réductions de valeur d'actifs, ni des autres frais annoncés ou survenus après les déclarations prospectives. En outre, il existe une incertitude quant à la durée de la pandémie actuelle de COVID-19 et à son incidence sur nos activités. Nous suivons activement l'effet de la pandémie de COVID-19 sur tous les aspects de nos activités et nos régions géographiques, y compris la façon dont elle affectera nos employés, nos clients, nos fournisseurs, nos partenaires d'affaires et nos canaux de distribution.

À moins que nous y soyons tenus selon les lois sur les valeurs mobilières applicables, nous nions toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser les déclarations prospectives, que ce soit à la lumière de nouveaux renseignements, d'événements futurs ou autrement.

AGIR *avec* FIERTÉ

Les **COLLABORATEURS** nous permettent de nous distinguer de nos compétiteurs. Nous avons à cœur notre clientèle et établissons des liens avec elle afin de créer des relations durables, et ce, chaque fois que nous en avons l'occasion.

Les **RÉSULTATS** comptent. Nos magasins et nos stations-service sont notre gagne-pain. L'expérience client que nous offrons est l'élément qui crée de la valeur pour nos relations.

L'AMÉLIORATION nous stimule. Nous cherchons constamment à améliorer nos processus et nos rendements en travaillant en équipe afin d'apprendre les uns des autres et d'apprendre des meilleures pratiques.

Le **DÉVELOPPEMENT** est garant du progrès et de la croissance. Nous sommes avides de croissance : nous développons nos activités client par client, magasin par magasin et nation par nation.

L'ESPRIT D'ENTREPRENEUR signifie que nous nous efforçons, chaque jour, de penser comme nos clients et d'agir comme des propriétaires.

Aux 131 000 personnes partout dans le monde qui nous permettent de faciliter la vie de nos clients un peu plus chaque jour, **merci !**

www.actevolue.com