



Rapport sur le rendement en matière de durabilité et de responsabilité, 2012



LES INDIVIDUS

LES COMMUNAUTÉS

LA PLANÈTE

Faits saillants sur le rendement en matière de durabilité en 2012



Tim Hortons
DES GESTES QUI
COMPTENT VRAIMENT™

Nous sommes ravis de vous faire part de certains faits saillants concernant notre rendement en matière de durabilité en 2012¹. Pour consulter la version intégrale du rapport sur la durabilité et la responsabilité, visitez le site : rapportdurabilite.timhortons.com

Les individus

RÉDUCTION DE
31%
DE LA TENEUR EN SODIUM
DANS NOS SOUPES
(EN MOYENNE) DEPUIS 2007



NOUS AVONS REÇU PLUS DE
130 000
COMMENTAIRES DES INVITÉS!

INDICE CARBON
DISCLOSURE
LEADERSHIP INDEX
CANADA 2012



Dow Jones
Sustainability Indexes
Membre 2012/13

Les communautés

NOUS AVONS
ACCUEILLI PLUS DE
15 000
ENFANTS
À NOS CAMPS



NOUS AVONS REÇU PLUS DE
130 000
COMMENTAIRES DES INVITÉS!

307 000 ENFANTS PARTICIPANTS

3 400
CULTIVATEURS
ONT PARTICIPÉ AUX PROJETS DU
PROGRAMME DE PARTENARIAT DE
CAFÉ TIM HORTONS DEPUIS 2005

La planète

PLUS DE
850
RESTAURANTS SE SONT
ENGAGÉS
À DÉTOURNER LES GOBELETS
POUR BOISSONS CHAUDES
DES SITES D'ENFOUISSEMENT



LE RENDEMENT ÉNERGÉTIQUE DU CARBURANT
DU PARC DE VÉHICULES DE DISTRIBUTION
A AUGMENTÉ DE
9,2% DEPUIS
2008

EN BONNE VOIE
D'APPROVISIONNEMENT
DE PLUS DE
10
MILLIONS
D'ŒUFS
ISSUS DE POULAILLERS
AUX MÉTHODES PLUS
HUMAINES
D'ICI LA FIN DE 2013

¹ Toutes les données se rapportent à l'exercice 2012, à moins d'indication contraire.



Les individus

Chez Tim Hortons nous encourageons les individus à se dépasser. Nous gérons les répercussions de nos gestes dans tout ce que nous faisons.



	Faits saillants de notre rendement en 2012	État	Objectifs pour 2013
INVITÉS	<p>Nutrition</p> <p>Nous continuons de mettre au point des choix plus sains dans l'ensemble des catégories de produits. Nous avons lancé les produits suivants : Timini au poulet, café latte sans sucre et lasagne. Jusqu'à présent, nous avons réduit la teneur en sodium de nos soupes (31 %), de nos viandes de charcuterie (49 %), de nos muffins (22 %), de nos boissons chaudes (15 %) et de notre chili (10 %).</p>		Nous poursuivrons nos efforts en vue d'accroître l'offre de choix plus sains dans l'ensemble des catégories de produits et nous communiquerons davantage les caractéristiques et les options santé offertes dans notre menu.
	<p>Service aux invités</p> <p>Tous les invités (100 %) qui ont demandé une explication ou une intervention de l'équipe du Service aux invités de Tim Hortons ont reçu une réponse à leur demande.</p>		Nous maintiendrons ce taux de réponse de 100 % pour les demandes reçues par le Service aux invités de Tim Hortons, lorsqu'une réponse est demandée par l'invité.
	<p>Sécurité alimentaire</p> <p>Tous nos restaurants à service complet ouverts depuis au moins un an ont subi deux évaluations relatives à la salubrité alimentaire entre septembre 2011 et août 2012.</p>		Notre objectif est de veiller que tous nos restaurants à service complet subissent au moins deux évaluations relatives à la salubrité alimentaire à l'intérieur de douze mois.
	<p>92 % des employés corporatifs participant directement aux activités des restaurants sont titulaires d'une certification en salubrité alimentaire à jour. Tous les gérants de district (100 %) nouvellement embauchés ont suivi la formation sur la salubrité alimentaire et ont obtenu la certification.</p>		Nous continuerons de viser un taux de certification en salubrité alimentaire de 100 % pour les employés corporatifs liés directement aux opérations des restaurants. De plus, nous prévoyons le lancement d'un système de formation en ligne évolué qui nous permettra de joindre un plus grand nombre de participants en 2013.
EMPLOYÉS	<p>Normes de pratiques commerciales</p> <p>Tous les employés nouvellement embauchés reçoivent une formation sur nos Normes de pratiques commerciales au cours de la première année d'emploi. De plus, nous avons lancé quatre modules d'apprentissage en ligne obligatoires, axés sur le respect de l'éthique.</p>		Tous les nouveaux employés corporatifs recevront une formation sur nos Normes de pratiques commerciales au cours de la première année d'emploi. En 2013, nous visons le lancement de cours en ligne supplémentaires sur le respect de l'éthique.
	<p>Compétences</p> <p>Au début de 2012, nous avons offert une série de formations à l'intention des gérants sur le processus de gestion du rendement. Nous avons amorcé la mise en œuvre d'un système de gestion des talents en ligne afin de réaliser le suivi efficace des plans de perfectionnement personnel de nos employés. L'échéance fixée pour la mise en œuvre du système est en 2013.</p>		En 2013, nous réaliserons une évaluation des compétences annuelle pour les gérants et le personnel des échelons supérieurs. Tous les employés corporatifs permanents (100 %) seront dotés d'un plan de perfectionnement personnel.
	<p>Engagement</p> <p>Nous avons mené un sondage auprès des superviseurs des employés corporatifs (taux de participation : 88 %) concernant notre efficacité organisationnelle; 98 % des répondants ont affirmé être fiers de travailler chez Tim Hortons. De plus, nous avons constaté une amélioration de 10 % de notre taux de renouvellement volontaire du personnel permanent qui travaille pour l'entreprise depuis moins de douze mois.</p>		Nous maintiendrons le solide engagement des employés et leur forte mobilisation par l'entremise d'initiatives d'analyse comparative externe, de groupes de discussion et de sondages pour recueillir leurs commentaires.
	<p>Rendement</p> <p>Nous avons entrepris la mise en œuvre d'un système de gestion des talents en ligne afin d'obtenir des mesures fiables concernant la fixation de nos objectifs et le processus d'évaluation du rendement annuel. L'échéance fixée pour la mise en œuvre du système est en 2013.</p>		Tous les employés corporatifs permanents (100 %) fixeront des objectifs annuels en fonction des buts de l'entreprise; de plus, ils participeront à une évaluation annuelle du rendement en 2013.
PARTENAIRES	<p>Propriétaires de restaurant</p> <p>Nous avons recruté plus de 40 propriétaires de restaurant à l'échelle de notre chaîne d'établissements pour participer aux tables rondes sur la durabilité et la responsabilité.</p>		Nous prévoyons animer les tables rondes des propriétaires de restaurant en 2013 et intégrer la rétroaction des participants à notre stratégie et à nos initiatives de durabilité et de responsabilité.
	<p>Investisseurs</p> <p>Tim Hortons fait partie des sociétés canadiennes admises à l'indice du <i>Carbon Disclosure Leadership Index</i> de l'organisme <i>Carbon Disclosure Project</i> (CDP). Nous sommes également inscrits au <i>Dow Jones Sustainability Index</i> (DJSI) – Amérique du Nord, pour la deuxième année consécutive.</p>		Nous continuerons de produire des rapports en suivant les lignes directrices de la « Global Reporting Initiative » et conformément aux indices DJSI et du CDP.



Les communautés

Tim Hortons estime qu'elle a un rôle positif à jouer afin de permettre aux communautés de se dépasser et de grandir.



	Faits saillants de notre rendement en 2012	État	Objectifs pour 2013
ENFANTS	Fondation Tim Horton pour les enfants Nous avons accueilli 15 450 enfants et nous poursuivons nos efforts en vue d'atteindre notre objectif de 17 000 enfants d'ici 2015		Nous nous employons à atteindre notre objectif d'accueillir 17 000 enfants financièrement défavorisés dans le cadre des programmes et des camps de la Fondation Tim Horton pour les enfants d'ici 2015.
	Nous avons accordé 257 bourses d'études postsecondaires totalisant environ 700 000 \$ aux diplômés de notre Programme Développement-Jeunesse.		Nous continuerons d'investir dans la jeunesse en accordant 1 000 bourses d'études postsecondaires aux diplômés de notre Programme Développement-Jeunesse d'ici la fin de l'année 2015.
	Les propriétaires de restaurant, les membres d'équipe et la collectivité ont amassé 11 M\$ lors du Jour des camps.		Nous joignons nos efforts à ceux des propriétaires de restaurant, des membres d'équipe et de la collectivité dans le but de recueillir plus de 11,5 M\$ lors du Jour des camps 2013.
RÉUSSITE DE LA COMMUNAUTÉ	Initiatives communautaires De concert avec nos propriétaires de restaurant, nous avons investi 15,9 M\$ dans le cadre d'initiatives communautaires à l'échelle du Canada.		De concert avec nos propriétaires de restaurant, nous visons des investissements de 100 M\$ dans le cadre d'initiatives communautaires à l'échelle du Canada au cours des six prochaines années, soit d'ici la fin de l'année 2018.
	Biscuits Sourire Notre Programme de biscuits Sourire a permis d'amasser 4,5 M\$ pour des organismes de bienfaisance locaux au Canada et aux États-Unis, d'un océan à l'autre.		Dans le cadre de l'édition 2013 du Programme de biscuits Sourire et de concert avec nos propriétaires de restaurant et nos invités, nous visons la collecte de 4,6 M\$ pour des organismes de bienfaisance canadiens et américains.
	Horizons – Programme de relations avec la communauté autochtone Éducation : Plus de 42 000 nouveaux membres des équipes de nos restaurants ont suivi la formation de sensibilisation à la culture autochtone.		Nous souhaitons offrir cette formation de sensibilisation à la culture autochtone à 30 000 nouveaux membres d'équipe de nos restaurants. Nous collaborerons avec des membres des Premières nations pour mettre à jour la formation en 2013.
	Emploi : Nous entretenons un partenariat avec le collège Algonquin par l'entremise du programme « DevelopMENTOR » dans le but d'offrir aux étudiants autochtones des possibilités d'emploi dans les restaurants.		Nous enrichissons le programme « DevelopMENTOR » au-delà de sa phase pilote et continuerons d'explorer des stratégies de recrutement chez les autochtones.
	Autonomisation des jeunes : Nous avons accueilli 2 300 jeunes autochtones dans les différents camps de la Fondation Tim Horton pour les enfants.		Nous souhaitons accueillir 5 000 jeunes autochtones dans nos camps de la Fondation Tim Horton pour un apprentissage structuré d'ici la fin de l'année 2014.
	Développement économique : Nous avons inauguré deux nouveaux kiosques au Manitoba : un kiosque à service complet à Grand Rapids, propriété d'un franchisé autochtone, et un kiosque libre-service situé sur des terres autochtones à Oxford House.		D'ici la fin de 2014, nous visons l'ouverture de dix nouveaux restaurants ou kiosques situés sur des terres autochtones et dont les propriétaires seront des franchisés autochtones.
	Nombre de cultivateurs De 2010 à 2012, ce sont 1 416 cultivateurs en moyenne qui ont participé à nos projets de partenariat de café. En 2012, nous avons augmenté de 45 % le nombre de cultivateurs participants.		Notre objectif pour 2013 est d'établir un partenariat avec 2 800 cultivateurs.
Formation technique et gestion agronomique Nous avons réalisé plus de 8 300 démonstrations dans le cadre de la formation technique destinée aux cultivateurs. Parmi les participants du projet, 52 % des cultivateurs avaient un plan de gestion agronomique; ces résultats sont attribuables au grand nombre d'agriculteurs nouvellement recrutés pour nos projets.		En 2013, nous effectuerons 12 000 démonstrations dans le cadre de la formation technique destinée aux cultivateurs. Nous souhaitons que 95 % des cultivateurs adoptent un plan de gestion agronomique pour la durée de chaque projet.	
Gestion environnementale De 2010 à 2012, nos terres gérées de façon écologique totalisaient en moyenne 4 098 hectares.		En 2013, notre objectif est d'atteindre une superficie globale moyenne sur trois ans de 5 000 hectares de terres cultivées de manière écologique et responsable.	
L'eau et les pesticides interdits Lors du procédé de transformation du café, 80 % de l'eau utilisée était recyclée ou traitée. De plus, 98 % de nos cultivateurs n'ont pas utilisé de pesticides interdits. Nous enrichissons actuellement la formation sur les méthodes de substitution pour la lutte contre les organismes nuisibles. ¹		En 2013, nous visons le recyclage et (ou) le traitement de 90 % de l'eau utilisée lors du procédé de transformation du café et un taux de 100 % des cultivateurs s'abstenant d'utiliser des pesticides interdits.	

1 Pour la récolte 2011/2012, Tim Hortons n'a pas acheté de café provenant de cultivateurs utilisant des pesticides interdits.



La planète

Chez Tim Hortons nous sommes conscients qu'il importe de gérer les changements environnementaux et nous assumons notre responsabilité à cet égard.



GESTION ENVIRONNEMENTALE

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

	Faits saillants de notre rendement en 2012	État	Objectifs pour 2013
GESTION ENVIRONNEMENTALE	<p>Emballage</p> <p>Notre équipe a mis au point un processus normalisé d'évaluation des répercussions environnementales de nos emballages destinés aux invités.</p>		Nous mettrons en œuvre notre processus et nos outils normalisés pour établir une comparaison des répercussions environnementales associées à nos principaux formats d'emballage et pour nous fixer des objectifs en 2013.
	<p>Réacheminement des déchets de nos restaurants</p> <p>En collaboration avec de nombreux propriétaires de restaurant, nous avons continué l'évaluation et l'étude des contrats de gestion des déchets en vigueur. Le nombre de nos restaurants participant à divers programmes de réacheminement des déchets a augmenté :</p> <ul style="list-style-type: none"> Recyclage des bouteilles, des canettes et du carton : de 8 % à 52 % globalement Recyclage des gobelets pour boisson chaude et du papier : de 7 % à 26 % globalement Réacheminement des déchets organiques : de 5 % à 15 % globalement 		De concert avec nos propriétaires de restaurant, nous nous efforçons de miser sur notre taux de réussite actuel et de mettre au point une vaste stratégie de réacheminement des déchets pour l'ensemble de notre chaîne de restaurants. D'ici 2016, nous espérons réaliser la mise en œuvre à grande échelle de programmes de recyclage des bouteilles, des canettes et du carton et accroître de 20 % le nombre de restaurants qui réacheminent les emballages de papier (y compris les gobelets pour boisson chaude) et les déchets organiques.
	<p>Bureaux corporatifs</p> <p>En 2012, nous avons fixé des normes de référence en matière de gestion des déchets. Le taux de réacheminement des déchets de nos bureaux corporatifs s'établissait à 55 %. Dans nos bureaux corporatifs, nous avons réduit de 8,7 % la consommation d'énergie et nous avons diminué de 20,6 % la consommation d'eau.</p>		Nous continuerons de concentrer nos efforts sur la réduction des répercussions environnementales de nos activités corporatives et nous tenterons de diminuer de 10 % la consommation d'eau et d'énergie d'ici la fin de l'année 2014.
	<p>Usines de fabrication et centres de distribution</p> <p>En 2012, nous avons fixé des normes de référence en matière de gestion des déchets. Le taux de réacheminement des déchets de nos usines de fabrication et de nos centres de distribution s'établissait à 67 %.</p>		D'ici la fin de 2014, nous espérons diminuer de 10 % la consommation d'eau et d'énergie dans nos bureaux corporatifs, nos usines de fabrication et nos centres de distribution.
	<p>Conception de bâtiments écologiques</p> <p>Notre restaurant pilote situé à Hamilton, en Ontario, a obtenu la certification LEED^{MD} et nous avons inscrit quatre autres restaurants. Nous avons mené des initiatives touchant notamment l'installation de tubes solaires et de points de recharge des véhicules électriques.</p>		Nous poursuivrons l'exploration de méthodes LEED pour nos restaurants et nous visons l'inscription d'au moins 30 nouveaux restaurants pour la certification LEED d'ici la fin de l'année 2016. Nous continuerons de mettre à l'essai des initiatives novatrices en matière de réduction de la consommation d'eau et d'énergie dans nos restaurants.
	<p>Efficacité du transport</p> <p>Au cours des quatre dernières années (de 2008 à 2012), dans l'ensemble, nous avons amélioré de 9,2 % le rendement énergétique du carburant de notre parc de véhicules de distribution. Malheureusement, nous ne constatons aucune amélioration du « nombre moyen de caisses expédié par kilomètre », car nous avons modifié de nombreux itinéraires.</p>	 	Nous continuerons de réduire les répercussions environnementales de notre parc de véhicules de distribution en tentant d'accroître de 15 % le rendement énergétique du carburant d'ici la fin de 2014. Nous serons axés sur l'établissement d'itinéraires plus efficaces et sur l'optimisation de l'espace dans les remorques afin d'améliorer le « nombre moyen de caisses expédié par kilomètre ».
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT	<p>Code de déontologie pour les partenaires commerciaux et les fournisseurs (CDPCF)</p> <p>Plus de 92 % de nos fournisseurs d'approvisionnement stratégique et d'équipement associés à un risque accru et plus de 72 % de l'ensemble de nos fournisseurs visés par le Code ont signé notre CDPCF. De plus, des vérifications indépendantes ont été menées avec succès dans trois usines de café situées en Colombie.</p>		Nous continuerons de perfectionner et de mettre en œuvre notre programme de vérifications indépendantes d'ici la fin de l'année 2013.
	<p>Bien-être des animaux</p> <p>Nous avons consulté nos fournisseurs, ainsi que des membres et d'autres intervenants de l'industrie porcine au sujet de l'utilisation des cages de gestation pour les truies reproductrices. Tout au long de l'année dernière, nous avons examiné leurs plans. Nous réitérons notre demande : l'industrie porcine doit abandonner les pratiques de cages de gestation pour les truies reproductrices.</p>		D'ici 2022, nous ferons appel à des producteurs porcins qui font l'élevage dans des porcheries ouvertes. De plus, nous collaborerons avec l'industrie porcine et les gouvernements pour faire valoir des approches et des codes normalisés dont l'adoption mène à des logements plus humains et durables. Parallèlement, nous soutiendrons les efforts visant à améliorer la vérification et les systèmes de traçabilité.
	<p>Nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif d'achat de 10 % de nos produits d'œufs, représentant bien au-delà de dix millions d'œufs, provenant de producteurs aux pratiques plus humaines et privilégiant des poulaillers à aire ouverte, d'ici la fin de 2013.</p>		Nous achèterons au moins 10 % de nos produits d'œufs, ce qui représente bien au-delà de dix millions d'œufs, provenant de producteurs aux pratiques plus humaines et privilégiant des poulaillers à aire ouverte, d'ici la fin de 2013.
	<p>Nous avons fondé le <i>Tim Hortons Sustainable Food Management Fund</i>, axé sur la gestion durable des aliments, à l'Université de Guelph. Notre sommet du secteur de la restauration nord-américain, centré sur la recherche universitaire concernant les pratiques exemplaires et les enjeux relatifs au bien-être des animaux, est prévu pour l'automne 2013.</p>		Nous nous engageons envers l'amélioration continue de notre programme pour le bien-être des animaux et nous collaborerons étroitement avec tous les intervenants concernés pour l'améliorer et l'enrichir.

1 Par rapport à 2011, année de référence.

2 À l'heure actuelle, ce résultat exclut nos fourgons frigorifiques.

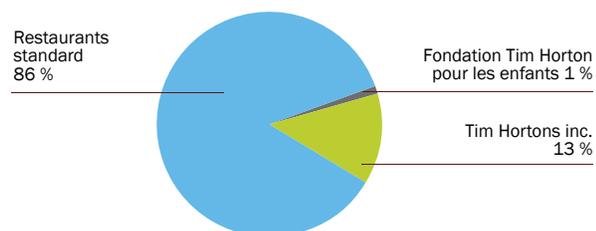
Pour de plus amples renseignements sur nos objectifs et notre rendement en 2012, veuillez consulter la version en ligne de notre rapport sur la durabilité et la responsabilité : rapportdurabilite.timhortons.com



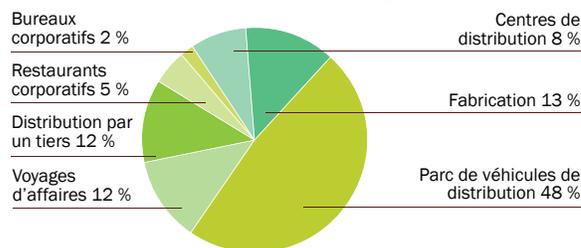
Sommaire du rendement environnemental¹⁸

	2012 ¹	2011 ^{1, 16}	2010 ^{1, 16}	Unité de mesure
TIM HORTONS INC. (BUREAUX CORPORATIFS, CENTRES DE DISTRIBUTION ET USINES DE FABRICATION)^{2*}				
Énergie				
Consommation directe d'énergie ³	122 796 050	105 672 169	99 586 723	kWh
Consommation indirecte d'énergie ⁴	35 834 905	29 127 347	27 120 021	kWh
Total de la consommation d'énergie	158 630 955	134 799 516	126 706 744	kWh
Intensité énergétique ⁵	0,0508	0,0472	0,0500	kWh/recettes en \$
Eau				
Consommation d'eau globale ¹⁷	108 802 699	90 213 260	78 880 662	litres
Intensité d'utilisation de l'eau ⁵	0,0349	0,0316	0,0311	litres/recettes en \$
Émissions de GES (équivalent CO₂)⁶				
Total des émissions de CO ₂ ⁷	46 910	41 635	40 200	tonnes
RESTAURANTS (RESTAURANTS STANDARD AU CANADA ET AUX É.-U.)^{8*}				
Énergie				
Consommation directe d'énergie ³	223 741 711	204 371 238	156 547 109	kWh
Consommation indirecte d'énergie ⁴	1 080 012 462	861 551 857	791 612 038	kWh
Total de la consommation d'énergie	1 303 754 173	1 065 923 095	948 159 147	kWh
Intensité énergétique ⁵	0,418	0,211	0,201	kWh/ventes du restaurant (\$) ⁹
Eau				
Consommation d'eau globale ¹⁷	6 263 816 583	5 702 907 799	4 458 065 850	litres
Intensité d'utilisation de l'eau ⁵	2,01	1,13	0,95	litres/ventes du restaurant (\$) ⁹
Émissions de GES (équivalent CO₂)⁶				
Total des émissions de CO ₂ ¹⁰	312 214	207 240	208 254	tonnes
FONDATION TIM HORTON POUR LES ENFANTS¹¹				
Énergie				
Consommation directe d'énergie ³	3 299 030	3 904 711	3 379 814	kWh
Consommation indirecte d'énergie ⁴	2 900 460	2 949 596	2 858 105	kWh
Total de la consommation d'énergie	6 199 490	6 854 307	6 237 919	kWh
Intensité énergétique ⁵	65,81	86,76	61,41	kWh/jours participants ¹³
Eau				
Consommation d'eau globale ¹⁷	26 470 097	23 253 390	16 006 336	litres
Intensité d'utilisation de l'eau ⁵	280,98	294,34	157,58	litres/jours participants ¹³
Émissions de GES (équivalent CO₂)⁶				
Total des émissions de CO ₂ ¹⁴	2 318	2 519	2 303	tonnes
ÉMISSIONS DE GES (ÉQUIVALENT CO₂) SELON L'ÉTENDUE⁶				
Émissions brutes globales – étendue 1 (directe)	29 395	24 855	23 421	tonnes
Émissions brutes globales – étendue 2 (indirecte)	6 874	4 958	4 677	tonnes
Émissions brutes globales – étendue 3 (indirecte, autres)	325 172	221 581	222 659	tonnes
Total des émissions de CO₂ brutes⁸	361 351	251 394	250 757	tonnes
Total des émissions de CO₂ nettes¹⁵	361 343	251 361	250 691	tonnes

ÉMISSIONS DE GES DE TIM HORTONS EN 2012
(361 442 tonnes d'éq. CO₂)



ÉMISSIONS DE GES DE TIM HORTONS INC. EN 2012
(46 910 tonnes d'éq. CO₂)



* En 2012, nous avons élargi la portée de notre rapport afin d'y intégrer les données relatives à la consommation d'eau et d'énergie, ainsi qu'aux émissions de GES des restaurants standard situés aux É.-U.

PricewaterhouseCoopers s.r.l. (PwC) a effectué une mission de vérification restreinte indépendante sur l'information environnementale tirée de notre Rapport sur la durabilité et la responsabilité 2012. Pour obtenir des détails, veuillez télécharger un exemplaire de la mission de vérification restreinte indépendante de PwC à l'adresse rapportdurabilite.timhortons.com/pdf/PWC.pdf.

Suivant la vérification restreinte indépendante menée par PwC, ce tableau a été mis à jour le 26 juin 2013. Pour obtenir des détails et de l'information supplémentaire concernant les notes de bas de page, veuillez visiter notre Sommaire du rendement environnemental en ligne à rapportdurabilite.timhortons.com/planet_performance_summary.html.