

Chez Tim Hortons, nous posons
Des gestes qui comptent vraiment^{MC}
 pour les individus, les communautés
 et la planète

CHAQUE JOUR



Des gestes qui comptent vraiment^{MC}

Tim Hortons a à cœur de collaborer avec les communautés que nous desservons, les membres de ces communautés et – par le biais de nos activités environnementales – la planète même.

Notre passion est nourrie par une simple conviction : nous sommes non seulement une entreprise socialement responsable mais aussi un participant et un partenaire à part entière qui apporte des changements positifs dans le monde.

Le cadre de durabilité et de responsabilité de l'entreprise présenté dans ce document englobe des engagements et des objectifs qui démontrent notre intérêt pour des gestes qui comptent vraiment. Ce cadre constitue la fondation de notre futur compte rendu sur la durabilité et la responsabilité de l'entreprise, y compris notre premier rapport complet qui sera publié en mars 2011.



Individus

Clients

Offrir des options de menu qui proposent des choix équilibrés à nos clients

S'efforcer d'offrir une expérience accueillante et chaleureuse à nos clients pour qu'ils se sentent appréciés

Employés

Préconiser une culture où tous reçoivent un traitement équitable et ont la chance de réussir

Partenaires

Gérer nos relations avec les intervenants de manière honnête, transparente et respectueuse

Communautés

Enfants

De concert avec nos propriétaires de restaurant (nos franchisés), apporter une véritable contribution à la vie des enfants de nos communautés

Réussite de la communauté

De concert avec nos propriétaires de restaurant, contribuer à améliorer la vie dans nos communautés

Programme de partenariat de café de Tim Hortons

Aider à établir des communautés caféicoles rentables

La planète

Gérance de l'environnement

Réduire les déchets que nous créons à tous les échelons de notre entreprise

Réduire l'énergie, les émissions de carbone et les ressources que nous utilisons à tous les échelons de notre entreprise

Chaîne d'approvisionnement

S'assurer d'intégrer les pratiques exemplaires à l'échelle de notre chaîne d'approvisionnement



Individus



Tim Hortons encourage les individus à réaliser le meilleur d'eux-mêmes. Nous gérons les répercussions de nos gestes dans tout ce que nous faisons.

	Engagements	Objectifs	Ce que nous faisons
Clients	Offrir des options de menu qui proposent des choix équilibrés à nos clients	<ul style="list-style-type: none"> Offrir des options de menu qui respectent ou excèdent les directives nutritionnelles et renseigner nos clients au sujet de ces produits. 	<ul style="list-style-type: none"> Respecter les règlements actuels et proposés sur les gras trans à l'échelle de notre menu. Réduire de plus de 19 % la teneur en sodium de toutes nos soupes.
	S'efforcer d'offrir une expérience accueillante et chaleureuse à nos clients pour qu'ils se sentent appréciés	<ul style="list-style-type: none"> Répondre à toutes les questions des clients au sujet du service à la clientèle. 	<ul style="list-style-type: none"> S'assurer que tous nos clients reçoivent une réponse à leur question par téléphone, par courriel ou par lettre en leur communiquant les prochaines étapes ou une solution.
		<ul style="list-style-type: none"> Mettre en œuvre, communiquer et évaluer continuellement notre plan de salubrité alimentaire complet dans nos restaurants. 	<ul style="list-style-type: none"> Offrir une formation et une certification en salubrité alimentaire, en plus de vérifier la salubrité alimentaire, dans tous les restaurants deux fois l'an.
Employés	Préconiser une culture où tous reçoivent un traitement équitable et ont la chance de réussir	<ul style="list-style-type: none"> Tous les employés corporatifs permanents auront un plan de perfectionnement individuel et recevront une évaluation annuelle de leur rendement. 	<ul style="list-style-type: none"> Les gérants et les employés évalueront leurs progrès par rapport à leur plan de perfectionnement individuel une fois l'an.
		<ul style="list-style-type: none"> Tous les employés corporatifs recevront une formation relative à nos Normes de pratiques commerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> Nous offrirons une formation annuelle pour examiner et réaffirmer l'engagement des employés à respecter nos pratiques commerciales et normes d'éthique.
		<ul style="list-style-type: none"> Au moins 90 % des employés corporatifs seront fiers de travailler pour notre entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> Nous évaluerons la fierté des employés par rapport à leur travail chez Tim Hortons et à notre marque en tant qu'indicateurs clés du rendement en ce qui a trait à l'engagement des employés.
Partenaires	Gérer les relations avec nos intervenants de manière honnête, transparente et respectueuse	<ul style="list-style-type: none"> Mettre sur pied un Comité consultatif sur la durabilité et la responsabilité de l'entreprise composé d'experts externes en 2010. 	<ul style="list-style-type: none"> Consulter des experts externes en durabilité et en responsabilité de l'entreprise pour nous aider à formuler nos initiatives et programmes.
		<ul style="list-style-type: none"> Publier notre premier Rapport sur la durabilité et la responsabilité de l'entreprise en 2011 à l'aide des lignes directrices de l'initiative globale de compte rendu (GRI). 	<ul style="list-style-type: none"> Conformément aux lignes directrices G3 de l'initiative GRI, nous avons commencé à repérer les principaux intervenants, à les prioriser et à dialoguer avec eux.



Communautés

Tim Hortons estime qu'il peut jouer un rôle positif dans la prospérité et la croissance des communautés.

Engagements	Objectifs	Ce que nous faisons
<p>Enfants</p> <p>De concert avec nos propriétaires de restaurant, apporter une véritable contribution à la vie des enfants de nos communautés</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 17 000 enfants financièrement défavorisés auront participé aux camps et programmes de la Fondation Tim Horton pour les enfants d'ici 2013. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rénover et agrandir nos camps actuels, en plus de planifier deux nouveaux camps au Manitoba et en Colombie-Britannique.
<p>Réussite de la Communauté</p> <p>De concert avec nos propriétaires de restaurant, contribuer à améliorer la vie dans nos communautés</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Investir au moins 15 millions de dollars par l'entremise de nos initiatives nationales, régionales et locales en 2010. • 275 000 enfants participeront au programme des sports mineurs Timbits en 2010. • Mettre en œuvre un partenariat à long terme enrichissant et structuré avec la communauté autochtone. 	<ul style="list-style-type: none"> • Élargir les programmes suivants de 3 % en 2010 : Biscuits Sourire, sports mineurs Timbits, patinage gratuit, baignade gratuite, cueillettes d'aliments et « Mérite-toi un vélo ». • Le programme des sports mineurs Timbits comprend maintenant le hockey, le soccer, la crosse, le tee-ball, le base-ball et la ringuette partout au Canada et aux États-Unis. • Collaborer avec les leaders autochtones et leurs communautés dans quatre domaines clés : 1) éducation, 2) habilitation des jeunes, 3) développement économique et 4) emploi.
<p>Notre partenariat de café</p> <p>Aider à établir des communautés caféicoles rentables</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 500 petits fermiers exploitants participeront aux projets de notre programme de partenariat de café en 2010. • 10 000 hectares de terres seront gérés en respectant l'environnement en 2010. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aider les petits fermiers exploitants au Guatemala, en Colombie et au Brésil en les appuyant dans des domaines clés de la gestion commerciale, sociale et environnementale. • Fournir un soutien technique pour la gestion agrochimique et de la fertilisation, le recyclage et le traitement de l'eau, la protection des bassins hydrologiques, la lutte contre l'érosion et le maintien de la biodiversité.

Prenez l'environnement en main.

Apportez n'importe quelle tasse réutilisable, obtenez 10 ¢ de rabais à l'achat de votre café et réduisez les déchets.



La planète

Tim Hortons est conscient qu'il faut gérer les changements relatifs à l'environnement et honore notre responsabilité de faire notre part.

Engagements	Objectifs	Ce que nous faisons
Gérance de l'environnement Réduire les déchets que nous créons à tous les échelons de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Réduire de 5 % l'emballage au sein de notre chaîne d'approvisionnement et de nos opérations de fabrication d'ici 2012. S'efforcer de trouver une solution pour faire accepter nos gobelets en papier par les systèmes de recyclage et de compostage dans les municipalités. 	<ul style="list-style-type: none"> Planifier la vérification et la réduction des déchets. Intégrer les pratiques exemplaires relatives aux bâtiments écologiques dans le design standard de nos restaurants. Améliorer la sélection des véhicules et des trajets ainsi que l'optimisation des palettes, et faire respecter les politiques relatives au contrôle de la vitesse et à la marche au ralenti.
	Réduire l'énergie, les émissions de carbone et les ressources que nous utilisons à tous les échelons de notre entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Réduire de 5 % l'utilisation d'énergie et d'eau pour tous nos bâtiments corporatifs et les nouveaux restaurants d'ici 2011. Inscrire deux restaurants pilotes à la certification par le programme Leadership Energy and Environmental Design (LEED[®]) en 2010. Augmenter de 5 % le rendement du carburant dans notre parc de véhicules de distribution d'ici 2011.
Chaîne d'approvisionnement S'assurer d'intégrer les pratiques exemplaires à l'échelle de notre chaîne d'approvisionnement 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en œuvre notre code de déontologie pour les partenaires commerciaux et les fournisseurs et élaborer un programme de vérification connexe en 2010. Élaborer un programme de vérification indépendante pour l'approvisionnement de notre café en 2010 et commencer la vérification en 2011. 	<ul style="list-style-type: none"> Collaborer avec nos partenaires commerciaux et nos fournisseurs pour mettre en œuvre et vérifier efficacement notre code de déontologie pour les partenaires commerciaux et les fournisseurs. Collaborer avec nos partenaires caféicoles et des experts externes pour élaborer un programme de vérification.



Pour de plus amples renseignements sur toutes nos initiatives de durabilité et de responsabilité de l'entreprise, veuillez visiter notre site Internet à www.timhortons.com.