

Détaillant responsable

Notre engagement global



Rapport de développement durable 2025



CIRCLE K





Table des matières

Qui nous sommes	3	Planète	8
Un message du président exécutif du conseil ainsi que du président et chef de la direction	4	Nos gens	21
Un message de la chef de la direction des ressources humaines et responsable des initiatives de Couche-Tard en matière de développement durable	5	Prosperité	30
Notre structure en matière de développement durable	6	À propos de ce rapport	41
Faits saillants de la performance	7	Divulcation d'information relative aux changements climatiques	42
		Tableau de données	56
		Déclarations prospectives	62

Qui sommes-nous?

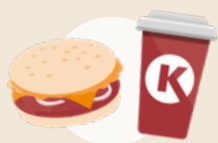
Nous sommes une destination de premier plan dans l'industrie du commerce de l'accommodation et de la mobilité à l'échelle mondiale. Travaillant avec environ 146 000 personnes dans plus de 17 000 sites dans 29 pays et territoires, nous servons plus de 9 millions de clients chaque jour. Nous nous perfectionnons constamment pour répondre aux besoins de nos clients, créer des milieux de travail inclusifs et sécuritaires pour nos gens, minimiser notre impact sur l'environnement et être un voisin de confiance dans les communautés que nous servons. Nous croyons que nous pouvons jouer un rôle significatif dans notre cheminement vers un avenir plus propre et plus sécuritaire.

Nos activités



Activités liées au carburant pour le transport routier

Nous vendons du carburant pour le transport routier dans nos magasins sous la bannière de la société ou celles de nos partenaires. Nous avons augmenté notre offre de carburants renouvelables et de bornes de recharge pour véhicules électriques alors que nous nous dirigeons vers un avenir plus propre.



Activités liées aux marchandises et aux services

Nous offrons des articles traditionnellement offerts dans les magasins d'accommodation, y compris des aliments frais et de restauration, du café, des boissons froides et des services de lave-auto. Nos 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 autres que le commerce de détail

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

Nos sites

7 115

États-Unis

2 102

Canada

5 260

Europe et autres régions*

2 474

Empreinte internationale

*Hong Kong

À moins d'indication contraire, le présent rapport fait état de l'année fiscale 2025, débutant le 29 avril 2024 et terminant le 27 avril 2025. Toutes les informations financières présentées sont en dollars américains, sauf indication contraire.

Un message du président exécutif du conseil ainsi que du président et chef de la direction



Alain Bouchard



Alex Miller

Il y a 45 ans, à l'ouverture de notre tout premier magasin à Laval, au Canada, notre priorité était d'être un détaillant responsable, à l'écoute de nos équipes sur le plancher, de nos clients et de notre communauté. Aujourd'hui, alors que Couche-Tard compte près de 17 000 magasins et plus de 146 000 membres d'équipe dans 29 pays, cet engagement est devenu mondial et plus fort que jamais.

L'année qui vient de s'écouler a marqué une étape importante dans l'histoire de notre entreprise avec la nomination d'Alex Miller à titre de troisième président et chef de la direction. Ayant gravi les échelons dans les secteurs des opérations, de l'optimisation du réseau et des carburants, Alex possède une compréhension approfondie de la façon dont le développement durable prend vie dans toutes les facettes de notre entreprise à l'échelle mondiale. Son leadership s'ancre dans notre vision commune d'exploiter notre réseau en tant que détaillant responsable, tout en contribuant à bâtir un monde plus bienveillant, plus sûr et plus durable, un magasin et une communauté à la fois.

Notre rapport sur le développement durable 2025 illustre l'ampleur de notre engagement mondial et la portée de notre responsabilité en tant que chef de file dans les domaines du commerce de l'accommodation et de la mobilité. Nous savons que pour être véritablement porteurs de sens, nos efforts en matière de développement durable, qu'il s'agisse de la réduction des déchets, de l'appui

aux organismes de bienfaisance, du développement des talents ou de l'innovation dans les solutions alimentaires, de boissons et de mobilité, doivent répondre aux besoins, préoccupations et réalités des clientèles et des communautés diversifiées que nous servons à travers le monde.

Le monde continue d'évoluer sur les plans social, économique et géopolitique, et les attentes de nos parties prenantes évoluent elles aussi. Dans ce contexte de transformation, alors que nous visons une croissance durable, nos valeurs demeurent notre boussole. Pour relever ces défis, nous continuerons à travailler en une seule équipe, à assumer la responsabilité de nos engagements mondiaux et à faire ce qu'il faut pour nos clients, nos membres d'équipe et nos fournisseurs.

Merci de votre appui et de votre engagement continu alors que nous progressons ensemble vers un avenir plus durable pour nos gens, nos communautés et notre planète.

Alain Bouchard

Président exécutif du conseil

Alex Miller

Président et chef de la direction

Un message de la chef de la direction des ressources humaines et responsable des initiatives en matière de développement durable de Couche-Tard



Ina Strand

Il y a près de huit ans, j'ai quitté mon pays natal, la Norvège, pour m'installer en Amérique du Nord et devenir la toute première cheffe des ressources humaines de Couche-Tard. L'année suivante, on m'a confié le mandat d'intégrer le développement durable dans notre modèle d'affaires. Aujourd'hui, lorsque je regarde le chemin parcouru collectivement, je suis extrêmement fière de l'ampleur de notre travail en matière de durabilité et de tous les progrès que nous avons accomplis. Qu'il s'agisse de renforcer notre culture d'entreprise en mettant la sécurité et le bien-être de nos équipes au cœur de nos priorités ou de devenir un chef de file mondial en matière de recharge de véhicules électriques, notre engagement à être un détaillant responsable est véritablement mondial.

Ce qui donne tout son sens à notre parcours, c'est le lien fort entre la durabilité et l'engagement des employés. C'est pourquoi je suis heureuse d'annoncer que, pour une quatrième année consécutive, Couche-Tard a été reconnue par Gallup comme un milieu de travail exceptionnel. Cette reconnaissance témoigne de notre culture où chaque personne est encouragée à s'épanouir, à faire évoluer sa carrière et à être pleinement elle-même au travail, peu importe son parcours ou sa place au sein des communautés diverses que nous desservons à l'échelle mondiale.

Les études démontrent que les équipes fortement engagées génèrent de meilleurs résultats. Mais au-delà des données, le fait que nos membres d'équipe perçoivent la sincérité de nos engagements en développement durable renforce encore davantage leur volonté de soutenir notre démarche.

Grâce à leur mobilisation, nous réalisons des avancées significatives dans l'ensemble de notre réseau. En réponse aux besoins de mobilité diversifiés et en constante évolution de notre clientèle, nous poursuivons nos investissements dans l'infrastructure de recharge pour véhicules électriques, tout en élargissant l'accès à d'autres carburants renouvelables. Par ailleurs, nous réduisons considérablement le gaspillage alimentaire et les déchets d'emballage, nous améliorons notre efficacité énergétique, et nos initiatives annuelles comme les Journées de la gentillesse ainsi que nos efforts en faveur de l'élimination des accidents sur le milieu de travail créent des environnements plus sécuritaires et plus respectueux dans nos magasins.

Même si le monde dans lequel nous évoluons est complexe et en constante transformation, nous demeurons fermement investis dans notre rôle de détaillant responsable. Je remercie sincèrement l'ensemble de nos membres d'équipe, de nos clients et de nos actionnaires pour leur soutien fidèle et leur engagement continu. Ensemble, nous continuerons de bâtir un avenir plus durable.

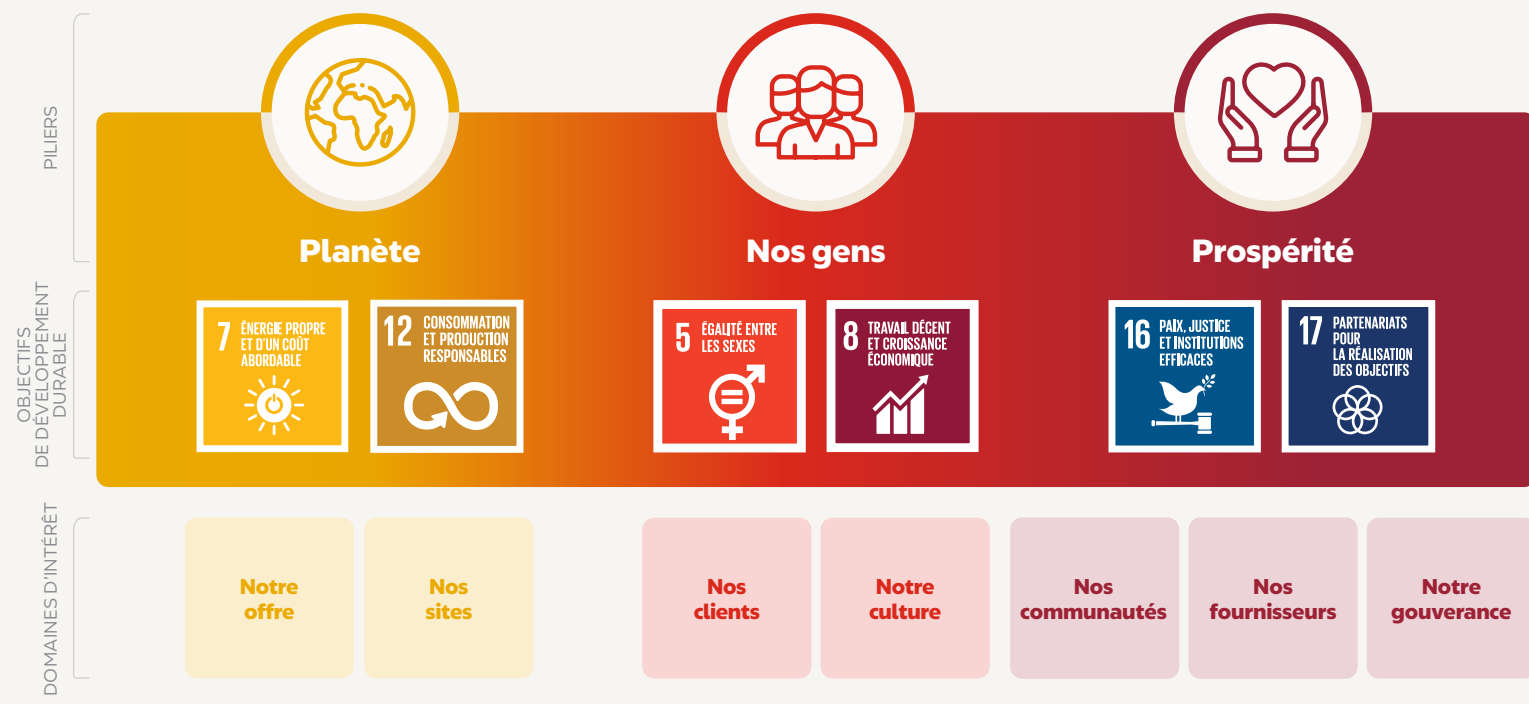
A handwritten signature in black ink that reads "Ina Strand".

Ina Strand

Chef de la direction des ressources humaines
et responsable des initiatives en matière
de développement durable de Couche-Tard



Notre structure en matière de développement durable



- Carburant**
- Énergie**
- Service alimentaire**
- Sécurité au travail**
- Culture**

- AUGMENTER LE NOMBRE DE DISTRIBUTEURS D'ÉNERGIE RENOUELABLE**
- DIMINUER LES ÉMISSIONS DE PORTÉES 1 ET 2**
- MINIMISER LES DÉCHETS LIÉS AUX ALIMENTS ET AUX EMBALLAGES**
- DIMINUER LE NOMBRE DE VOLS ET DE BLESSURES**
- ÉGALITÉ DES CHANCES**

Investissement d'un milliard de dollars dans nos projets d'énergie renouvelable (sur une période de 10 ans depuis 2020)

Faits saillants de la performance



- Nous comptons plus de 6 000 distributeurs de carburants renouvelables, dépassant largement notre objectif de 4 300 d'ici la fin de l'année civile 2025
- L'ensemble de la flotte de livraison de Circle K en Irlande et notre flotte interne en Norvège (30 véhicules) sont passées au HVO durant l'exercice financier 2025
- Notre centre de recharge pour véhicules électriques à Järna, en Suède, a obtenu la troisième place du classement mondial des meilleurs centres de recharge
- Poursuite de l'expansion de l'énergie solaire sur certains sites
- Modernisation de plus de 2 000 systèmes CVC en Amérique du Nord, passant d'un rendement standard à un rendement élevé
- Installation de filtres accordables et de couvertures thermiques sur certains sites afin d'augmenter l'efficacité énergétique
- Notre unité d'affaires en Irlande est entièrement alimentée par de l'énergie renouvelable
- 29 % de nos emballages, en poids, répondent à des critères de durabilité, atteignant ainsi notre objectif pour la fin de l'année civile 2025
- Plus de 2 millions de repas récupérés grâce à notre partenariat avec Too Good To Go
- Nos tasses et gobelets réutilisables ont été utilisés 40 millions de fois cette année en Amérique du Nord et en Europe



- À l'échelle mondiale, nous avons enregistré une baisse de 52 % des vols en magasin, atteignant ainsi notre objectif de réduction de 50 % d'ici la fin de l'année civile 2025
- Réduction de 26 % des blessures à l'échelle mondiale en exercice 2025
- Diminution de 55 % des vols à main armée aux États-Unis par rapport à notre référence de 2020
- Pour une quatrième année consécutive, nous avons reçu le prix « Exceptional Workplace Award » décerné par Gallup
- Nous avons reçu le prix Top Women in Convenience – TWIC Corporate Empowerment Award en 2024
- Taux de promotion interne de 70 % à ce jour, démontrant une culture propice au développement et à la croissance de nos membres d'équipe
- Les femmes occupent 63 % des postes de direction et 37,5 % des sièges au conseil d'administration
- Note de 4,51 (92^e percentile) à la question « Je me sens à l'aise d'être moi-même au travail » dans notre sondage annuel myVOICE
- Tenue de notre toute première Semaine de la gentillesse en Europe



- Nous avons amassé 912 000 \$, en partenariat avec Børns Vilkår et BørneTelefonen au Danemark, avec nos clients, pour soutenir leur ligne d'aide gratuite et anonyme destinée aux enfants
- Don de 100 000 \$ à la Croix-Rouge américaine pour soutenir les efforts de secours et de rétablissement dans les communautés touchées par les feux de forêt en Californie
- Poursuite de l'engagement auprès de nos fournisseurs, prestataires de services, agents, courtiers et fabricants pour qu'ils respectent notre Code de conduite des fournisseurs
- Nous avons reçu le prix « Best in Sector: Consumer Staples » dans le cadre des Investment Relations Impact Awards 2025
- Début de notre première évaluation de double matérialité
- Tenue de notre toute première Semaine mondiale du développement durable



OBJECTIFS POUR L'ANNÉE CIVILE 2025



Carburant

4 300 distributeurs
d'énergie renouvelable



Énergie

Dominion de 50 %
des émissions de portées 1 et 2



Service alimentaire

Augmentation de 25 % d'emballages
durables pour nos propres produits

Un investissement de 600 millions de dollars
dans des projets d'énergies renouvelables.

Notre défi collectif

L'évolution récente des conditions météorologiques et une nouvelle année de températures record soulignent l'importance cruciale de la réduction des émissions de gaz à effet de serre. La préservation de la qualité de l'eau, de l'air et des sols, ainsi que de la biodiversité, demeure essentielle. Les consommateurs partout au monde incitent les entreprises comme la nôtre à adopter des solutions et des pratiques novatrices pour protéger la santé de notre planète.

En tant que détaillant mondial du commerce de l'accommodation et de la mobilité, nous avons un rôle important à jouer, notamment en offrant à nos clients des options de carburant renouvelable, en réduisant la consommation de ressources dans nos processus et nos chaînes d'approvisionnement et en contribuant à réduire la production de déchets par la promotion de solutions de recharge durable.

Comment faire une différence

Nous accueillons neuf millions de clients chaque jour, ce qui représente autant d'occasions d'influencer leurs choix quotidiens.

Nous nous engageons à contribuer à rendre plus accessible une gamme de solutions énergétiques et de mobilité, et à soutenir les clients et les communautés dans leurs choix. En plus d'augmenter notre offre de biocarburants, nous continuons de bâtir notre réseau mondial de recharge de VE et d'y investir. Nous nous sommes également engagés à consacrer un milliard de dollars dans nos projets d'énergies renouvelables sur 10 ans, de 2020 à 2030.

Nous travaillons à réduire notre consommation directe d'énergie et à identifier des solutions rentables permettant de recourir à des sources d'électricité, de carburant et de réfrigérants moins carbonées. En 2025, nous visons à réduire de 50 % nos émissions de catégories 1 et 2 liées à la consommation d'énergie d'ici la fin de l'année civile.

Toujours à l'écoute de nos clients, nous nous efforçons de répondre à la demande croissante d'aliments frais, sains, locaux et durables. Nous améliorons constamment la gamme de nos produits emballés et de nos services alimentaires. De plus, nous nous employons à réduire les déchets, à améliorer l'efficacité des ressources ainsi qu'à récupérer et recycler l'eau que nous utilisons chaque fois que cela est possible.

Solutions clés

- ✓ Étendre notre réseau de recharge de VE et élargir notre offre de carburants, y compris les options renouvelables
- ✓ Réduire la consommation d'énergie dans nos magasins et dans nos chaînes d'approvisionnement
- ✓ Augmenter notre utilisation d'électricité propre
- ✓ Réduire l'utilisation de produits chimiques et recycler l'eau dans nos lave-autos
- ✓ Adopter des emballages plus durables et encourager l'utilisation de verres et de tasses réutilisables



Notre offre

Faciliter l'accès à des options plus durables d'aliments et de boissons, de carburants, de mobilité électrique et de lave-autos.

Mobilité

Carburants et solutions de recharge durables

En tant que détaillant responsable dans le domaine de la mobilité, nous contribuons à un avenir plus durable en élargissant constamment notre offre de solutions énergétiques plus propres en misant pleinement sur celles qui sont disponibles à notre échelle, répondant ainsi à la demande croissante de nos clients.

Cela comprend notre gamme de distributeurs proposant des options d'énergie et de carburant entièrement renouvelables et durables. À l'échelle mondiale, nous disposons actuellement de plus de 4 000 distributeurs de carburant renouvelable alternatif et près de 3 300 bornes de recharge pour VE. Bien que cela représente un dépassement de notre objectif de 4300 distributeurs de carburants renouvelables pour 2025, il reste encore beaucoup à faire pour atteindre notre ambition d'en installer 10 000 d'ici 2030. L'année dernière, nous avons poursuivi l'installation de bornes de recharge, y compris celles pour le segment des véhicules utilitaires lourds.

Nous contribuons également à la réduction des émissions de gaz à effet de serre en convertissant nos propres parcs de véhicules aux carburants durables lorsque cela est efficace et réalisable. L'année dernière, en Norvège, nous avons converti notre parc interne de 30 camions de distribution de carburant du diesel conventionnel au biodiesel, notamment à l'huile végétale hydrotraitée (HVO). Depuis novembre 2022, les véhicules de livraison de carburant de Circle K en Irlande fonctionnent à l'HVO, ce qui a permis d'économiser environ 14 000 tonnes de CO₂, soit l'équivalent de 230 000 arbres plantés en milieu urbain.



Accroître l'offre de carburants renouvelables

Nous avons réalisé des avancées importantes avec notre offre de milesBIO HVO100 dans plusieurs de nos unités d'affaires européennes, notamment en Norvège, en Suède, au Danemark et en Irlande. En Irlande, pour promouvoir l'adoption de ce carburant durable, plusieurs établissements Circle K ont organisé une offre spéciale d'une semaine où le milesBIO HVO100 était vendu au même prix que le diesel, permettant d'économiser environ 500 tonnes de CO₂ au cours de cette seule semaine. Grâce à l'introduction de l'HVO, Circle K soutient également les entreprises exploitant des flottes dans la réduction de leurs émissions de carbone.

En 2025, dans 41 sites du sud de la Californie, les offres de diesel ont été converties en diesel 100 % renouvelable. L'HVO, ou huile végétale hydrotraitée, est un carburant diesel fabriqué à partir de matières premières renouvelables provenant d'huiles végétales, d'huiles de cuisson usagées et de divers déchets et sous-produits de l'industrie alimentaire.



Aux États-Unis, dans le cadre du programme fédéral *Higher Blend Infrastructure Incentive Program*, nous avons obtenu deux subventions pour financer des mises à niveau d'infrastructure dans les unités d'affaires Frontière nordique et Heartland, afin d'accroître notre offre de carburant E15. Ces projets devraient démarrer au prochain exercice financier (2026).

Construire des réseaux de bornes de recharge

Notre activité de mobilité électrique a connu une nouvelle année de forte croissance en Europe. La part de bornes de recharge ultra-rapide (150 kWh et plus) sur les sites Circle K en Europe atteint désormais 96 %. Nos clients apprécient notre intégration de l'accommodation et des bornes de recharge, ce qui a permis à Circle K de devenir la destination de recharge privilégiée en Norvège et en Suède. Cette satisfaction des clients se reflète clairement dans nos performances, avec une augmentation de près de 60 % des volumes de recharge, largement due à une forte croissance du trafic par borne de recharge.

En Allemagne, en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg, nous avons migré notre réseau de bornes de recharge vers une plateforme gérée par Circle K. En 2025, nous avons également accéléré l'installation des bornes de recharge, amorçant ainsi notre démarche pour devenir un fournisseur de premier plan de bornes de recharge pour VE sur nos marchés clés dans ces pays. Au total, nous disposons aujourd'hui de plus de 2800 bornes de recharge rapide sous la marque Circle K et exploitées par Circle K en Europe, et de plus de 600 bornes exploitées par des partenaires.



Europe (Irlande) : En 2025, la proportion de contenu renouvelable dans nos carburants renouvelables a été portée à 25 % et 11 nouveaux sites d'HVO ont été mis en service, dont 4 situés sous des auvents pour les clients exploitant des parcs de véhicules et les clients B2C.



De l'expansion de notre réseau en Amérique du Nord et en Europe centrale aux projets pilotes dans les pays baltes et en Pologne, notre vision demeure claire : faire de Circle K la destination privilégiée des conducteurs de VE.



Håkon Stiksrud

Chef de service, Mobilité électrique



En Amérique du Nord, nous avons ajouté 182 nouvelles bornes de recharge dans 48 établissements situés dans des régions prioritaires afin d'améliorer l'accessibilité et de soutenir la transition vers la mobilité électrique, portant ainsi le total à 439 bornes de recharge en 2025. Au cours de l'année passée, notre réseau a progressé de 70 % par rapport à 2024, tandis que le nombre de transactions a bondi de 320 %.

Alors que nous poursuivons l'expansion de notre réseau de recharge en Amérique du Nord, nous identifions et développons de nouvelles opportunités pour offrir encore plus de valeur à nos clients en mobilité. En Caroline du Nord, nous avons transformé l'un de nos sites en la plus grande destination de recharge électrique de l'État. Par ailleurs, nous avons inauguré notre premier site de recharge au Kentucky — le premier d'une série de sites Circle K soutenus par une subvention du programme *National Electric Vehicle Infrastructure* (NEVI) de la *Federal Highway Administration* (FHWA) des États-Unis, lancé en 2021 pour soutenir le développement de l'infrastructure de recharge électrique à travers le pays.



Europe (Suède): Notre nouvelle station de recharge de VE à Järna, en Suède, a été sélectionnée parmi les 10 finalistes et a remporté la troisième place du prix de la meilleure station de recharge de VE au monde, décerné par *Global Convenience Store Focus*, à l'issue d'une compétition très serrée. Cette distinction témoigne de notre engagement à créer une infrastructure de recharge de VE exceptionnelle, ainsi qu'à offrir la meilleure expérience client.



Amérique du Nord (Caroline du Nord) : Le long du corridor stratégique I-95 de la côte Est en Caroline du Nord, nous avons transformé un site en la plus grande destination de recharge électrique de l'État. Vingt bornes de recharge de marques partenaires et cinq bornes Circle K sont désormais disponibles. Nous avons également ajouté cinq voies pour diesel haute vitesse avec fluide d'échappement diesel (FED), qui réduit les émissions d'oxyde d'azote (NOx) produites par les moteurs diesel, une balance CAT pour peser les véhicules, ainsi qu'un stationnement pour camions, en plus de nos 18 distributeurs de carburant traditionnels.



Aliments et boissons

Réduire l'emballage et les déchets, recycler les matières et remplacer les plastiques

Grâce à notre offre globale d'aliments et de boissons à emporter, nous pouvons contribuer à la réduction des déchets. Nous sommes constamment à la recherche d'options plus durables qui facilitent la vie de nos clients en leur offrant une expérience de qualité, tout en optimisant les opérations de nos équipes en magasin.

Nous collaborons étroitement avec nos fournisseurs afin de trouver les meilleures solutions pour dépasser les attentes des clients, tout en réduisant l'impact sur la planète. Ces efforts ont permis d'augmenter notre utilisation de matériaux certifiés et de contenu recyclé dans nos emballages. Nous recherchons en permanence des occasions de réduire les plastiques vierges et de trouver des solutions plus durables.



Amérique du Nord (Montagnes Rocheuses) :

Le 1^{er} janvier 2024, l'interdiction au Colorado des contenants alimentaires en mousse de polystyrène et des sacs de caisse à usage unique est entrée en vigueur. Conformément à cette loi, nos sites ont adopté les verres en papier et les tasses en plastique recyclable. Nous offrons des sacs en papier payants et proposerons bientôt des sacs réutilisables.



Hong Kong : Nous avons réduit l'utilisation de pailles et de couverts en plastique à nos comptoirs alimentaires en les remplaçant par des articles en bois ou en papier, ce qui a permis d'éliminer l'utilisation de 3 180 000 articles en plastique au cours de la dernière année et d'économiser 19 616 \$ US.

En 2025, dans le cadre de nos efforts visant à améliorer de 25 % nos emballages par rapport à 2020, notre année de référence, nous avons recueilli des données à l'échelle mondiale sur les spécifications actuelles des emballages de marque afin de mesurer les progrès accomplis à ce jour. Les résultats indiquent que nous avons dépassé notre objectif de 2025, avec 29 %* de notre gamme d'emballage par poids répondant à nos critères de développement durable : contenu recyclé, matériaux certifiés, réutilisabilité ou matières compostables.

Notre unité d'affaires Norvège a conclu un partenariat avec le gouvernement dans le cadre d'une initiative visant à réduire l'utilisation du plastique dans les emballages à usage unique. En Pologne, l'ensemble de nos emballages alimentaires sont recyclables. En Allemagne, nos produits de boulangerie sont offerts dans un emballage entièrement durable.



S'approvisionner auprès de fournisseurs certifiés

Nous reconnaissons l'importance de faire des choix responsables pour un avenir plus respectueux de l'environnement. Dans le cadre de nos efforts pour soutenir la transition vers une chaîne alimentaire plus durable, nous collaborons avec nos fournisseurs afin d'offrir à nos clients des produits certifiés et issus de sources durables.

Nous avons établi un partenariat solide avec *Rainforest Alliance* au Canada et en Europe et, depuis 2021, nous nous engageons à servir dans tous nos magasins du café provenant entièrement de sources durables ou certifiées.

Nous élargissons continuellement notre offre de produits biologiques, végétariens et végétaliens. Dans les pays baltes, nous avons conclu un partenariat exclusif pour proposer un produit à base d'avoine en remplacement de produits laitiers pour le café dans les 264 magasins Circle K d'Estonie, de Lituanie et de Lettonie.

* Lors de la rédaction du présent rapport, une erreur a été relevée dans la correspondance entre les données relatives aux fournisseurs et les données relatives aux ventes dans l'analyse de l'exercice 2023. Par conséquent, le pourcentage total d'emballages durables dans notre rapport 2024 aurait dû être de 29 % et non de 32 %. Ce rajustement garantit l'exactitude de notre rapport et reflète notre engagement envers la transparence.



Réduire le gaspillage alimentaire

Notre engagement envers la réduction du gaspillage alimentaire est plus fort que jamais. En fait, nous avons franchi une étape importante dans notre partenariat avec *Too Good To Go*, en récupérant l'équivalent de plus de deux millions de repas! Grâce aux milliers de magasins participants, cette initiative continue de croître et constitue un élément clé de nos efforts en matière de développement durable.

L'année dernière, nous avons annoncé l'élargissement de notre partenariat avec *Too Good To Go*, l'entreprise à impact social mondial à l'origine du plus grand marché de surplus alimentaires au monde. Grâce à son application mobile gratuite, les clients ont la possibilité de préserver de bons aliments du gaspillage, à la moitié du prix d'origine ou moins.



La plateforme compte aujourd'hui près de 8 200 magasins aux États-Unis, au Canada, en Pologne, en Norvège, au Danemark, en Suède, en Allemagne, aux Pays-Bas et en Belgique. Depuis le début de notre partenariat avec *Too Good to Go* en 2018, les clients de Circle K et de Couche-Tard ont considérablement réduit le gaspillage alimentaire, évitant des émissions de plus de 3 470 000 kg d'équivalent en CO₂ et l'utilisation inutile de plus de 1 milliard de litres d'eau.



Europe (Irlande) : Depuis le lancement, en février 2024, du système de consignment par l'Irlande, 3,6 millions de contenants ont été acceptés par les machines de récupération des contenants consignés sur nos sites.



Des aliments frais et sains

Notre objectif est d'offrir des boissons et des aliments frais et sains provenant de sources durables, tout en respectant nos normes de sécurité élevées, afin de répondre aux attentes de nos clients en magasin.

Dans ses choix de fournisseurs, la procédure d'appel d'offres de notre service alimentaire en Europe démontre notre soutien aux objectifs de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) en matière d'alimentation saine. Les exigences de l'OMS (réduction du sel, des graisses saturées et du sucre, minimisation des allergènes) ont également été intégrées à nos processus d'innovation internes afin de proposer aux clients des offres attrayantes et plus saines. Nous sommes transparents en ce qui concerne les allergènes, les ingrédients et les informations nutritionnelles afin que nos clients puissent faire des choix éclairés.



En Amérique du Nord, les options saines sont au cœur de notre offre de produits froids à emporter, offrant aux clients une approche axée sur la fraîcheur des aliments. Nous veillons à ce que l'étiquetage des menus soit clair pour tous nos plats chauds préparés, ce qui permet à nos clients de prendre des décisions en connaissance de cause en ce qui concerne les ingrédients, les allergènes et les informations nutritionnelles. Nous continuons à élargir notre assortiment d'aliments frais et sains, notamment une gamme plus variée de salades, de fruits et de légumes.



Salubrité alimentaire

La salubrité alimentaire demeure une priorité absolue pour notre entreprise. Nos fournisseurs de services alimentaires et nos installations de production de marques maison sont régis par nos normes et procédures de salubrité alimentaire, qui adhèrent aux meilleures pratiques mondiales.

Nous effectuons régulièrement des inspections de salubrité des aliments dans les magasins de notre réseau mondial. Les données collectées sont suivies et utilisées pour des activités d'amélioration continue. En 2025, les inspections initiales ont mené à un taux d'approbation d'environ 96 %, et les magasins présentant des non-conformités ont apporté les changements nécessaires et ont été approuvés lors de la deuxième inspection.

Cette année, nous avons poursuivi la mise en œuvre de notre système numérique de salubrité des aliments dans l'ensemble de notre réseau mondial. Le système est désormais installé dans 5 000 magasins en Amérique du Nord et dans environ 800 magasins en Europe.

La formation à la salubrité alimentaire s'est également poursuivie au cours de l'année. Tous les gérants de magasin sont tenus de participer à une journée complète de formation, et tous les membres des équipes doivent suivre une formation approfondie. Nous avons également poursuivi notre travail de sensibilisation en organisant des journées de sensibilisation à la salubrité alimentaire pour les employés de bureau et les gérants de nos nouveaux magasins en Belgique et au Luxembourg, et en proposant des activités de sensibilisation directe pour nos représentants commerciaux dans nos autres unités d'affaires européennes.



Soutenir le bien-être des animaux

Nous collaborons avec nos partenaires de la chaîne d'approvisionnement afin d'explorer et de mettre en œuvre des solutions axées sur l'amélioration de la durabilité de l'environnement et la promotion du bien-être animal sur l'ensemble de nos marchés.

Nous avons déjà remplacé la totalité des œufs cuits durs de nos collations de marque maison nord-américaine par des œufs de poules élevées en liberté. Nous cherchons à étendre ces efforts à nos produits prêts à consommer et à nos plats chauds préparés. Bien que nos efforts aient été ralentis par les défis complexes de la chaîne d'approvisionnement découlant d'une pandémie mondiale de grippe aviaire, nous continuons à suivre les conditions du marché et à saisir les occasions de progresser. En Estonie, tous les œufs contenus dans nos sandwiches proviennent également de poules élevées en liberté. En Norvège et au Danemark, nous avons maintenu une conformité totale aux normes de l'*European Chicken Commitment* (ECC).

Nos équipes d'approvisionnement collaborent avec les fournisseurs pour sensibiliser les licenciés lors d'exams mensuels, renforçant ainsi notre engagement à vendre des œufs de poules élevées en liberté et harmonisant cette norme dans tous les magasins de la marque Circle K.

Services de lave-autos

Récupérer et recycler l'eau

Nous continuons à prendre des mesures pour économiser l'eau dans tous nos sites de lave-auto et à suivre l'évolution de la réglementation en la matière.

En 2025, nous avons installé 50 nouveaux appareils et remis à neuf 14 appareils de notre réseau nord-américain, ce qui a entraîné une réduction de la consommation d'eau globale. En Europe, nous avons remplacé 150 appareils à rouleaux en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg. Chaque nouvel appareil est équipé soit d'un système de récupération d'eau, permettant de récupérer jusqu'à 50 % de l'eau utilisée, soit d'un système de récupération par osmose inverse, réutilisant l'eau rejetée (ratio de 1:1) qui, autrement, aurait été acheminée vers l'égout.



Utiliser moins de produits chimiques

Nous visons à réduire notre utilisation de produits chimiques et à choisir des produits respectueux de l'environnement lorsque possible.

En 2025, nous avons procédé à une évaluation complète de notre processus de lavage afin de trouver des moyens pour réduire notre consommation d'eau, d'énergie et de produits chimiques. Grâce à l'optimisation de plusieurs étapes, nous avons pu diminuer l'utilisation de produits chimiques fortement alcalins et rajuster les passages de brosses ainsi que les temps de séchage. Ces efforts soutenus de la part de nos équipes contribuent à l'amélioration continue de nos performances en matière de durabilité de l'environnement.

Au cours du présent exercice, nous avons mis en œuvre une nouvelle procédure d'appel d'offres pour les lave-autos qui accorde une grande importance aux critères relatifs à la santé, à la sécurité et à l'environnement.



Nos sites

Réduire notre empreinte de carbone et améliorer l'efficacité des ressources.

Réduire les déchets produits dans nos sites

Nous poursuivons nos efforts pour optimiser le recyclage et la réduction de notre consommation de matières, tout en soutenant les initiatives de recyclage locales.

Dans le cadre de notre programme d'amélioration du détournement du carton, nous avons maintenu l'utilisation de presses à carton de petit format en arrière-boutique de 15 sites aux États-Unis, ce qui a permis de recueillir et de recycler 66 tonnes de carton. Nous continuons à surveiller ces sites afin d'évaluer l'efficacité pour les équipes en magasin, l'optimisation des coûts et les nouvelles opportunités.



Amérique du Nord (Floride) : Nous avons établi un partenariat afin de réduire la quantité de plastique dans les décharges en créant un nouveau flux des déchets pour les doublures de sacs utilisées dans nos emballages de type «carton-outré». Cette initiative a permis de détourner 2,5 t de plastique des décharges.

Nos unités d'affaires européennes gèrent les déchets conformément à la directive-cadre relative aux déchets, qui couvre les meilleures pratiques pour l'élimination, la récupération, le recyclage, la réutilisation et la prévention des déchets. Selon cette directive, la gestion des déchets doit se faire sans mettre en danger la santé humaine et l'environnement, sans risque pour l'eau, le sol, les plantes ou les animaux, et sans nuisance sonore ou olfactive.

Tous nos magasins en Europe sont soumis à des réglementations imposant le tri multiflux des matières à la source, bien que les flux exacts imposés varient d'une région à l'autre. Ainsi, tous nos magasins européens séparent les déchets en plusieurs flux, notamment les déchets alimentaires, le plastique et les boîtes de conserve, le carton, les déchets dangereux et les déchets résiduels. Nos unités d'affaires européennes reçoivent et examinent régulièrement les données relatives aux déchets afin de trouver des méthodes de gestion des déchets plus rentables. Plusieurs d'entre elles ont mis en œuvre des initiatives de gestion des déchets, comme en Irlande, où des «champions des déchets» sont nommés et sont responsables des procédures de traitement des déchets, et en Suède, où des bacs à déchets multiflux sont présents dans les files d'attente des caisses.

Au Canada, nous avons mis en place une approche rigoureuse et structurée de la gestion des déchets, en accord avec notre engagement envers l'excellence opérationnelle et la responsabilité environnementale. Des procédures claires sont activement communiquées à tous les échelons opérationnels, soutenues par une collaboration interfonctionnelle avec des spécialistes internes. Cette collaboration a conduit à la création d'un module de formation consacré à la gestion des déchets qui est désormais accessible sur notre plateforme *Workday*.



Amérique du Nord : Partout en Amérique du Nord et en Europe, nous continuons de mettre en avant l'utilisation de contenants réutilisables et d'encourager nos clients ainsi que les membres de nos équipes à apporter leurs propres tasses et mugs réutilisables. En 2025, nous avons éliminé plus de 40 millions de gobelets à usage unique de notre flux de déchets.



L'un des principaux facteurs de réussite a été l'introduction de champions des déchets sur chaque site, une approche inspirée des meilleures pratiques de nos activités irlandaises. Ces champions contribuent à assurer la responsabilité et la cohérence des procédures de traitement des déchets. Les responsables de nos équipes opérationnelles renforcent ces normes lors de visites régulières sur les sites.

Pour soutenir l'exécution en première ligne, des supports visuels éducatifs ont été installés dans les arrière-boutiques des magasins et dans les zones de préparation des aliments. Il s'agit notamment d'affiches et d'étiquettes apposées sur les poubelles et les casiers à sirops afin de faciliter le tri et l'élimination des déchets.

Nos efforts portent également sur la réduction des déchets et leur détournement des décharges. Nous veillons à ce que tous les flux de déchets, comme les ordures, le recyclage et les matières organiques, soient clairement identifiés afin de faciliter une séparation adéquate. Nous explorons continuellement les possibilités de réutilisation, en particulier en ce qui concerne la gestion des denrées alimentaires. Les initiatives actuelles comprennent des programmes de réduction de prix pour les produits avec une date de péremption rapprochée, la réutilisation du lait périmé pour l'alimentation animale et des partenariats de longue date, comme notre collaboration de plus de 10 ans avec Moisson Laval et notre participation à la plateforme *Too Good To Go*. Au centre de services de Laval, au Québec, les membres de l'équipe ont eu l'idée de lancer une initiative de compostage au bureau pour



Amérique du Nord (Canada) : À notre centre de distribution de Laval, nous avons recyclé plus de 200 tonnes de carton, de papier, de plastique et de métal. L'utilisation de bacs et de plateaux réutilisables a permis de réduire le besoin d'emballages à usage unique. De plus, notre programme de détournement des produits permet aux employés de se procurer des produits endommagés au prix coûtant, ce qui contribue à la réduction des déchets et offre un avantage pratique à nos employés.

tous les produits alimentaires compostables, réduisant ainsi la quantité de déchets organiques acheminés vers les décharges.

Réduire les émissions de notre chaîne d'approvisionnement

Dans le cadre de nos efforts pour diminuer les émissions de notre chaîne d'approvisionnement, nous avons mis en œuvre plusieurs mesures dans nos terminaux à l'échelle mondiale ainsi que dans nos parcs de véhicules internes aux États-Unis et en Europe.

Les initiatives en cours dans nos terminaux comprennent le remplacement des anciens systèmes de chauffage par de nouvelles pompes à chaleur à air, le passage à l'éclairage DEL et l'installation de nouveaux compresseurs d'air consommant moins d'électricité. Nous avons également instauré des processus visant à optimiser l'utilisation des navires de transport de marchandises et à assurer la collecte des matières contaminées. Nous avons installé des pompes à fréquence contrôlée dans nos terminaux pour réduire la consommation d'électricité et garantir une utilisation optimale des équipements.



Nous continuons à améliorer le rendement énergétique de nos parcs de véhicules. En plus de remplacer les vieux camions-citernes par des modèles plus économes en carburant, nous avons adopté l'HVO dans plusieurs terminaux et converti à l'HVO nos parcs de véhicules internes en Irlande et en Norvège. En 2025, nous avons également commencé à optimiser la gestion des pneus de notre parc de véhicules afin de minimiser les émissions et les déchets.



Réduire la consommation d'énergie

Nous avons déjà réduit considérablement notre consommation d'énergie à l'échelle mondiale, mais nous sommes conscients que nous pouvons en faire davantage. Nous avons mis en œuvre des programmes de modernisation de nos équipements et recherchons constamment des solutions pour accroître l'efficacité énergétique de nos systèmes.

Notre programme d'amélioration énergétique *One-Touch* est désormais achevé dans l'ensemble de notre réseau nord-américain. Il comprend l'installation de lumières à DEL à l'intérieur et à l'extérieur des magasins, de moteurs à haut rendement dans les équipements de réfrigération et de congélation, de détecteurs de présence dans les bureaux, les toilettes et les équipements de réfrigération, ainsi que l'automatisation des bâtiments qui permet de contrôler à distance la température des magasins et l'éclairage extérieur. Ce programme est désormais la norme pour nos nouveaux magasins et nous évaluons tous les magasins acquis afin de déterminer s'ils répondent à cette norme.

De plus, l'année dernière, en Amérique du Nord, nous avons modernisé plus de 2000 systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation, les faisant passer d'une efficacité normale à une efficacité élevée. Cela se traduira par une diminution de la consommation d'électricité, une réduction des coûts d'entretien et un meilleur confort général pour les clients dans les magasins.

En 2025, les projets d'économie d'énergie à l'échelle mondiale ont permis d'économiser environ 50 676 800 kWh, soit environ 6 152 000 \$.



Amérique du Nord : À ce jour, nous avons installé des filtres d'harmoniques passifs dans les panneaux électriques de 210 sites de nos unités d'affaires Golfe, Côte Ouest des États-Unis et Floride. Ce dispositif réduit la distorsion harmonique et permet une économie d'énergie de 5 à 10 % et prolonge la durée de vie du panneau et de ses composants.



Amérique du Nord : Nous avons commencé l'expérimentation et l'installation de panneaux énergétiques MCP (matériau à changement de phase) dans près de 900 sites, de la Californie au Canada. Installés au-dessus du plafond, ces panneaux agissent comme une batterie thermique, absorbant et libérant la chaleur pour maintenir une température intérieure plus stable. En réduisant la fréquence des cycles de chauffage, de ventilation et de climatisation, les panneaux devraient optimiser la consommation d'énergie des systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation, prolonger leur durée de vie et réduire jusqu'à 35 % la consommation d'énergie pour le chauffage et la climatisation.

Investir dans l'énergie solaire

Dans le cadre de notre engagement à réduire notre empreinte carbone, nous investissons également dans l'énergie solaire. En 2025, des panneaux solaires ont été installés sur les auvents de 70 stations-service situées dans des régions de forte consommation en Amérique du Nord. Ces installations permettront de couvrir 30 à 50 % des besoins en électricité de chaque site.

En Irlande, les 168 sites Circle K appartenant à la société sont désormais alimentés en énergie renouvelable par trois parcs solaires. L'accord de fourniture signé avec *EDF Renewables Ireland* s'étend jusqu'en 2036 et fait de Circle K le premier détaillant irlandais de l'accommodation à faire passer l'ensemble de son réseau à une énergie irlandaise entièrement renouvelable. Cette transition vers l'énergie solaire permettra d'éliminer environ 7570 tonnes de CO₂ par an. L'énergie produite par ces trois parcs solaires est également utilisée pour alimenter notre réseau de recharge de VE, qui comprend 44 sites dotés de nos propres chargeurs de marque Circle K et de chargeurs d'autres marques.



En Allemagne, nous avons réalisé des économies grâce au programme solaire mis en place et finalisé le raccordement de toutes les installations, 388 étant connectées au réseau électrique, dont 40 au cours de l'exercice 2025. Aux Pays-Bas, 100 sites sont équipés de panneaux solaires installés sur des auvents ou sur les toits des magasins.

Aux États-Unis, nos unités d'affaires Frontière nordique et Grand Canyon sont actuellement engagées dans des partenariats d'énergie solaire. Au Minnesota, nous sommes membres d'un parc solaire communautaire jusqu'en 2029, ce qui nous permet de réduire nos coûts énergétiques et nos émissions. En Arizona, nous avons adhéré en 2019 à un programme de tarif vert pour l'intégration de l'énergie solaire d'une durée de 15 ans. Forts de ces succès, nous envisageons d'étendre nos programmes solaires communautaires au cours de l'exercice 2026.



Sur ces sites, nous laissons l'herbe pousser afin de favoriser la biodiversité et de réduire la consommation d'énergie et les émissions liées à la tonte des pelouses. Non seulement les brins d'herbe longs favorisent la biodiversité en offrant une protection aux insectes et aux petits animaux, mais les différents types d'herbes constituent également des plantes hôtes pour un certain nombre d'espèces de papillons, comme le papillon des graminées. La tonte de l'herbe sera maintenue le long des routes et dans les zones qui pourraient nuire à la visibilité de la station.



Soutenir la biodiversité

Nous élaborons également des projets visant à soutenir la biodiversité de la planète. Au Danemark, les membres de l'équipe Ingo ont installé des plates-bandes de gazon et de fleurs sur 48 sites afin de favoriser la pollinisation par les insectes. En 2025, cette initiative, appelée *Fuel the Bees* s'est étendue à six autres sites en Suède.



Amérique du Nord (Est du Canada) : L'un de nos magasins montréalais a obtenu la certification *LEED* à la suite de la mise en œuvre de plusieurs améliorations au bâtiment, notamment à son toit vert. Ce dernier est végétalisé avec du *sedum*, une variété de plantes grasses nécessitant peu d'eau et d'entretien. Le *sedum* favorise la biodiversité en offrant un habitat à de nombreuses espèces d'oiseaux, d'insectes et autres organismes vivants. Les toits verts réduisent également de manière considérable le ruissellement des eaux de pluie et contribuent à atténuer l'effet d'îlot de chaleur des milieux urbains.



OBJECTIFS POUR L'ANNÉE CIVILE 2025



Sécurité au travail

**Diminution de 50 %
du nombre de vols
et de blessures sur le milieu
de travail**



Culture

**Figurer parmi le top 10 %
des employeurs
de la catégorie « Égalité
des chances » de Gallup**

Notre défi collectif

Nous traversons une période d'incertitude économique et de tensions géopolitiques persistantes. Pour de nombreuses personnes, le sentiment de sécurité et d'appartenance à une communauté a été remis en question ou bouleversé par des manifestations, des lois ou des démonstrations publiques accablantes de négativité. En offrant un environnement de travail sûr et positif à leurs employés, les entreprises peuvent contribuer à une société prospère.

Nos politiques visent à impliquer les employés, à assurer un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, à prévenir le harcèlement, à favoriser des environnements de travail décentes et des emplois satisfaisants, ce qui, en retour, soutient la croissance économique et la stabilité pour tous.

Comment faire une différence

Nous pouvons faire une différence dans les communautés que nous desservons en honorant les valeurs qui nous guident : une équipe, faire ce qui est bien, prendre ses responsabilités et jouer pour gagner.

Nous tenons à ce que tous les membres de nos équipes travaillent dans un milieu où ils se sentent en sécurité, respectés et capables de pleinement se réaliser. Avec environ 146 000 employés à l'échelle mondiale, nous avons la responsabilité d'assurer leur bien-être et leur capacité à faire une réelle différence dans la vie des gens.

Notre culture gagnante est renforcée par notre test annuel « L'épreuve des médias », qui nous indique clairement la manière de nous présenter dans nos magasins et nos centres de soutien. Il s'agit d'un excellent rappel des valeurs qui nous guident et de la manière dont nous collaborons pour créer un environnement de respect et d'excellence.

Le test « L'épreuve des médias » a été lancé en 2017 afin de souligner notre engagement envers le soin et le respect, qui sont toujours au cœur de nos actions. Il nous rappelle qu'avant d'agir, nous devons nous poser les questions suivantes :

- *Comment me sentirais-je si mes actions étaient diffusées publiquement?*
- *Comment me sentirais-je si quelqu'un agissait de la sorte avec ma famille, mes amis ou moi-même?*
- *Comment me sentirais-je si mon message était publié en ligne?*
- *Que penseraient les autres de mon comportement?*

Nos programmes d'accueil et d'intégration, de formation et de développement du leadership visent à impliquer nos collaborateurs et à favoriser leur évolution professionnelle. Parallèlement, nous améliorons continuellement nos programmes, nos procédures, nos formations et nos installations afin d'assurer un environnement sûr et sain à nos équipes et à nos clients. Cela comprend des programmes stratégiques de prévention des vols et de lutte contre le harcèlement, ainsi qu'une formation à la désescalade pour les membres des équipes.

Solutions clés

- ✓ **maVOIX/Épreuve des médias**
- ✓ **Programmes de développement du leadership**
- ✓ **Semaine de la gentillesse**
- ✓ **Programme de prévention des vols en magasins**



Nos clients

Agir en tant que détaillant responsable pour nos clients



Le client d'abord

Avec un nouvel accent mis sur l'écoute de nos clients, notre équipe mondiale d'études consommateurs a facilité la collecte de leurs commentaires grâce à un programme d'expérience client appelé "Talk2US". Talk2US nous permet d'écouter nos clients de manière proactive et en temps réel, d'agir rapidement sur leurs commentaires, de résoudre les problèmes dès qu'ils surviennent et de donner à nos employés les moyens d'offrir un service exceptionnel à chaque interaction.

Nous recueillons également des informations essentielles sur la manière dont les clients perçoivent notre marque et sur ce qu'ils pensent de nos pratiques. Cet outil de suivi de marque nous permet d'évaluer les aspects essentiels pour le client et que nous pouvons améliorer. Cette interaction indirecte nous aide à découvrir les sujets d'importance que nous devrions améliorer pour répondre au mieux aux besoins et aux attentes de nos principales parties prenantes.

Nous continuons à améliorer la sécurité de notre environnement pour nos clients. Notre signalisation sur la sécurité améliorée indique clairement que des systèmes de vidéosurveillance sont utilisés sur chaque site. L'utilisation accrue des systèmes d'éclairage DEL à l'intérieur de nos magasins améliore la visibilité de nos marchandises et les déplacements de jour comme de nuit, tandis que l'éclairage DEL amélioré dans nos aires de service offre une plus grande visibilité pour nos clients la nuit. De plus, les membres des équipes suivent une formation annuelle qui leur permet d'identifier les situations potentiellement dangereuses et d'alerter notre centre de surveillance afin d'éviter que les incidents ne s'aggravent.



Rendre les choses plus faciles est essentiel pour gagner le client et Talk2Us nous a fourni les informations nécessaires pour nous assurer de le faire quotidiennement », déclare Matt Dolan, vice-président, Grands Lacs. « Cette plateforme nous a non seulement aidés à comprendre les préférences et les frustrations de nos clients, elle nous permet aussi d'agir rapidement pour améliorer l'expérience client dans son ensemble. Elle donne également à nos employés en magasin ce dont ils ont besoin pour prendre leurs responsabilités à l'égard de l'expérience client. »

Matt Dolan

Vice-président, Grands Lacs





Notre culture

Favoriser une culture accueillante, inclusive et sûre dans laquelle nos gens peuvent grandir ensemble

La sécurité à l'échelle mondiale – le fondement de notre organisation

La sécurité au travail est une valeur fondamentale qui est intégrée à nos politiques, nos programmes et nos pratiques.

À l'échelle mondiale, nous sommes régis par des agences gouvernementales en place dans chacun des pays où nous exerçons nos activités, telles que l'OSHA (Occupational Safety and Health Administration) aux États-Unis, le Centre canadien d'hygiène et de sécurité au travail (CCHST). En Europe, nous adhérons aux orientations de la directive-cadre européenne relative à la sécurité et à la santé au travail, notamment sous l'autorité de l'Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail (EU-OSHA) et de la directive-cadre 89/391/CEE, qui établit les principes fondamentaux de la gestion de la sécurité et de la santé au travail au sein des États membres de l'Union européenne.

Assurer la sécurité de nos gens

Au cours des dernières années, des améliorations, comme la signalisation en matière de sécurité, l'éclairage et des normes plus rigoureuses sur les sites, ont grandement contribué à améliorer la sécurité sur le lieu de travail pour les membres de nos équipes. Depuis 2020, nous avons constaté, aux États-Unis, une baisse de 55 % des vols en magasins et de 52 % à l'échelle mondiale, et ce, malgré des tendances externes contraires. Nous avons travaillé avec diligence pour honorer notre engagement externe de réduire de 50 % le nombre de vols en magasin à l'échelle mondiale d'ici 2025, et nous sommes fiers de constater que nous avons maintenant dépassé cet objectif.

Aux États-Unis, nous avons mis en œuvre un plan visant à renforcer la sécurité des membres de nos équipes de nuit en les dispensant de manipuler de l'argent, ce qui a contribué à réduire davantage les vols. Nous avons également étendu la formation à la désescalade à toutes les unités d'affaires d'Amérique du Nord, en veillant à ce que les membres des équipes sachent comment procéder à la désescalade de situations potentiellement dangereuses ou préjudiciables pour eux et les clients.



Réduire les incidents en milieu de travail

Notre programme Circle K Safety Star continue de donner des résultats positifs. Cette formation interactive basée sur une application mobile offre aux membres de nos équipes en magasin la possibilité de jouer et d'en apprendre davantage sur les accidents du travail, sur les raisons pour lesquelles nous tenons à ce qu'ils travaillent en toute sécurité et sur les conséquences que peut entraîner le non-respect des pratiques de sécurité.

L'un des aspects sur lesquels nous accordons une grande importance est la prévention des glissades, des trébuchements, des chutes et des coupures. Par conséquent, au cours des deux dernières années, nous avons constaté une baisse considérable du nombre d'accidents du travail. Les mesures qui ont mené à cette diminution comprennent des audits en matière de santé et de sécurité au travail dans le cadre d'un dialogue ouvert, l'accent mis sur les glissades, les trébuchements, les chutes et la sécurité dans les aires de préparation des aliments, des enquêtes après un incident pour tous les cas de glissade, de trébuchement, de chute et de coupure des employés, des enquêtes approfondies après toute blessure afin d'en déterminer la cause profonde et de mettre en œuvre des mesures correctives, et des initiatives et campagnes de sécurité locales, comme des formations de sensibilisation supplémentaires et la participation à des activités d'engagement envers la sécurité.



Nous encourageons également la sécurité en soulignant les bonnes pratiques et en les partageant au sein de notre réseau, en décernant annuellement le Global HSE & Sustainability Award (Prix mondial en SST et développement durable). Cette année, le prix a été remis à notre unité d'affaires Irlande, dont les 81 magasins sont désormais dotés de systèmes contre les agressions qui leur permettent de demander rapidement l'aide des forces de l'ordre lorsque des incidents dégénèrent et échappent à leur contrôle.



Prévenir le harcèlement et favoriser la bienveillance

Notre engagement à assurer un environnement de travail sain et sécuritaire aux membres de nos équipes implique de prendre des mesures pour les protéger contre le harcèlement et les agressions.

Fortes du succès de la Journée de la gentillesse, organisée en Europe ces deux dernières années, nos unités d'affaires européennes ont mis sur pied une semaine d'initiatives axées sur la gentillesse. Ces activités visent à promouvoir le respect mutuel et à favoriser un environnement de travail sain et sécuritaire pour tous. L'objectif de la Semaine de la gentillesse est de poursuivre la lutte contre le harcèlement et de sensibiliser les gens à l'importance de traiter les membres de nos équipes avec gentillesse et respect.



La Semaine de la gentillesse et la Journée de la gentillesse s'inscrivent dans le volet sensibilisation du programme de lutte contre le harcèlement de Circle K. Ce programme comprend également la formation des équipes et des dirigeants à la prévention du harcèlement et aux stratégies de désescalade, des mécanismes simplifiés de signalement des incidents, soutenus par des services d'aide téléphonique confidentiels, la sensibilisation des clients grâce à une signalisation visible dans les stations-service pour promouvoir le respect du personnel, et l'accès à des services d'écoute par l'intermédiaire du programme d'aide aux employés de Circle K.

Grandir ensemble

Nous nous efforçons de créer une culture qui favorise l'épanouissement de nos membres d'équipe, offrant des opportunités de mobilité interne et un environnement chaleureux et sécuritaire pour leur permettre de s'épanouir. Nos programmes d'accueil et de formation ont permis à de nombreux membres de progresser, passant de rôles en quart de nuit à des postes de direction. Alignés avec notre stratégie de gestion des talents Grandir ensemble, nous investissons massivement dans le développement à tous les niveaux, ce qui se traduit aujourd'hui par un taux de promotion interne de 70 % au niveau des magasins. Depuis 2021, nous avons enregistré plus de 15 000 promotions par année, tant pour les employés en magasin que pour ceux en dehors du magasin. Ce volume constant de promotions démontre notre engagement envers le développement de carrière et les opportunités d'avancement pour nos talents. En privilégiant les promotions internes, nous reconnaissons non seulement le travail acharné et le dévouement de nos employés, mais nous assurons aussi la continuité, préservons la connaissance organisationnelle et favorisons une culture où la croissance à long terme est possible au sein de notre entreprise.



À ce jour, plus de 6 000 gérants de magasin ont complété le programme de leadership pour le développement des gérants de magasin, témoignant de leur croissance individuelle et de notre engagement envers leur développement professionnel. Notre programme de développement pour les gérants de district soutient les nouveaux gestionnaires et ceux en formation en perfectionnant leurs compétences en leadership et en leur fournissant les outils nécessaires pour réussir dans un environnement d'affaires en constante évolution.



Nous sommes ravis du succès exceptionnel de notre programme College to Convenience (C2C) en 2025, conçu pour appuyer les nouveaux stagiaires en opération de commerce de détail. En avril 2025, 62 stagiaires avaient été embauchés, dont 45 % placés comme gérants de district. Le programme affiche un impressionnant taux de rétention de 78 %.

À l'approche de la fin de 2025, notre programme de formation ludique Customer Star 2.0 a un impact très positif auprès de nos employés en magasin. Conçu pour stimuler des ventes et un service exceptionnel, il s'appuie sur une technologie d'intelligence artificielle pour former les employés en fonction de leur performance.

Notre série Learning for All permet aux employés d'assister à des formations virtuelles axées sur le développement personnel et professionnel, abordant quatre thèmes principaux : S'adapter aux changements, Gestion de projets, Grille managériale et Conversations difficiles. En mars 2025, notre Net Promoter Score (NPS) atteignait 72, ce qui est considéré comme exceptionnel dans la formation en ligne.

Cette année, 146 diplômés ont terminé notre Foundations Leadership Program, conçu pour doter les leaders débutants dans les fonctions de soutien des compétences clés pour diriger les équipes actuelles et futures, avec un NPS global de 83. Nous avons également célébré la quatrième cohorte de nos programmes Global Leadership Forum et Emerging Leaders, qui rassemblent des leaders de tous nos secteurs d'activité et fonctions, les dotant des compétences et de l'état d'esprit nécessaires pour créer de la valeur à long terme.

Enfin, nous avons mis en place un programme de mentorat formel à l'échelle de l'entreprise, accessible à tous les collègues hors magasin, pour aider nos employés à acquérir de nouvelles perspectives en se connectant avec des membres d'équipe de milieux et générations différents. Lors de leurs échanges, mentors et mentorés partagent diverses perspectives et approches. Ce programme de mentorat illustre parfaitement la manière dont nos employés vivent nos valeurs et grandissent ensemble en tant qu'Une équipe.



Europe (Pays Baltes) : Notre Centre d'affaires de Riga a de nouveau prouvé son excellence en étant nommé Meilleur employeur de l'année dans le secteur des services aux entreprises mondiaux en Lettonie, pour la cinquième année consécutive. De plus, Circle K Lettonie a été reconnue comme le Meilleur employeur du secteur de la vente au détail en Lettonie.



Écouter nos gens

Pour la quatrième année consécutive, ACT a été reconnue comme l'un des milieux de travail les plus engagés au monde en remportant le Prix du milieu de travail exceptionnel de Gallup 2025 (Gallup Exceptional Workplace Award). Cette distinction n'est remise qu'à 70 organisations à l'échelle mondiale et nous figurons une fois de plus parmi les rares organisations de notre taille et de notre envergure à recevoir cet honneur. En dépit des défis considérables d'un milieu de travail en pleine évolution, Gallup a constaté que Couche-Tard continuait d'engager et de développer ses talents de manière innovante, établissant de nouvelles références en matière d'excellence en milieu de travail.

Notre sondage annuel Gallup maVOIX sur l'engagement des employés nous permet d'écouter nos équipes, de répondre à leurs préoccupations et de mettre en œuvre leurs suggestions, afin de créer un environnement où les employés se sentent libres d'être authentiques au travail et contribuent à une culture d'inclusion et d'autonomisation.



Chez Circle K, nous sommes convaincus que des employés hautement engagés sont le fondement d'une culture passionnée et animée par une raison d'être. Lorsque nos collègues sentent qu'ils font partie de quelque chose de plus grand qu'eux et qu'ils sont valorisés et inspirés, ils donnent le meilleur d'eux-mêmes au travail, et cette énergie alimente une organisation plus saine, plus résiliente et plus durable où nos collègues sont déterminés à gagner le client. Notre sondage annuel maVOIX, mené en partenariat avec Gallup, continue d'être un outil inestimable pour nous aider à réellement écouter nos gens. Leurs commentaires guident nos actions et renforcent notre volonté d'améliorer année après année l'engagement.

Sue Vandersall

Vice-présidente, planification de la succession des cadres et développement des talents à l'échelle mondiale



En 2025, 93 % des membres des équipes de notre réseau mondial de magasins et des fonctions de soutien ont répondu au sondage maVOIX sur l'engagement des employés. Nous avons de nouveau obtenu notre meilleure note d'engagement, soit 4,30, ce qui nous place au 92^e percentile de la base de données de Gallup comprenant l'ensemble des entreprises et qui fait d'ACT une entreprise du premier décile de cette vaste base de données concurrentielle. Le sentiment d'appartenance des membres de nos équipes à une entreprise qui a un impact positif sur leur communauté a obtenu une note de 4,33, tandis que leur fierté à l'égard de nos efforts pour avoir un impact positif sur notre planète a augmenté à 4,26.



Employeur offrant l'égalité professionnelle

Notre personnel est profondément enraciné dans les communautés où nous travaillons et vivons. Nous offrons l'égalité des chances dans un environnement respectueux et accueillant qui permet à nos gens d'être eux-mêmes et de s'épanouir au fur et à mesure que nous grandissons ensemble. Ces principes sont fondamentaux à notre milieu de travail primé et engagé. Dans cet environnement, les conversations ouvertes sont les bienvenues et la voix de chacun compte. Notre approche collaborative, combinée à l'importance que nous accordons au développement des talents internes, permet de rassembler un large éventail d'expériences et d'idées, ce qui favorise l'excellence et l'innovation dans l'ensemble de notre réseau mondial. Cet engagement en faveur de l'autonomisation des équipes locales favorise la rétention et la promotion des cadres intermédiaires, garantissant ainsi que nos équipes de direction reflètent les communautés que nous servons.

La réussite des femmes au sein de notre personnel est un exemple notable de la manière dont notre direction reflète les communautés que nous servons. Notre effectif mondial est composé en majorité de femmes et ces dernières occupent en majorité les postes de gestion au sein de l'entreprise. Les femmes représentent également 37,5 % de notre conseil d'administration et, à la date du présent rapport, elles occupaient 35 % des postes de directeur et d'échelons supérieurs. Dans le cadre de son enracinement communautaire, notre unité d'affaires en



Europe (Irlande): Circle K Irlande a introduit le programme Be You at Circle K (Sois toi chez Circle K), une initiative d'entreprise conçue pour favoriser un milieu de travail où tout le monde se sent valorisé, respecté et capable d'être authentique. Le programme s'articule autour de trois volets stratégiques : le recrutement inclusif et l'emploi durable pour les personnes en situation de handicap, l'instauration d'une culture inclusive par l'élaboration de politiques et la certification externe, et l'engagement interfonctionnel par l'intermédiaire de notre comité Be You (Sois toi) et de l'organisation d'événements pertinents.

Irlande a élargi ses efforts de recrutement afin d'inclure des candidats ayant des défis développementaux, leur offrant des opportunités d'emploi rémunérées, permanentes et valorisantes. Cette initiative a permis de créer 35 stages et 18 postes permanents. La collaboration de l'unité d'affaires avec divers partenaires a récemment été soulignée dans une publication conjointe de l'Union européenne et du gouvernement irlandais et a valu à Circle K Irlande la certification Guaranteed Irish pour ses efforts soutenus en matière d'emploi local et d'initiatives communautaires.

Célébrer nos réalisations

Nous célébrons fièrement les femmes incroyables qui dirigent, innovent et inspirent notre entreprise. Leur vision audacieuse et leur esprit pionnier ne se contentent pas de briser les plafonds de verre, elles redéfinissent ce qui est possible et façonnent l'avenir de notre secteur d'activité. Ensemble, nous bâtissons un héritage d'excellence, animés par la passion et l'engagement de jouer pour gagner!



En outre, Convenience Store News a nommé Louise Warner, notre première vice-présidente des opérations en Amérique du Nord et de l'optimisation commerciale globale, Femme de l'année! Louise a joué un rôle indispensable dans la transformation de nos activités de mobilité. Sous son leadership, c'est presque la totalité de notre réseau qui affiche désormais fièrement la marque Circle K. Ses décisions stratégiques ont notamment permis d'accentuer notre contrôle sur notre approvisionnement en carburants, tandis que ses initiatives comme les journées Essence en folie de Couche-Tard, ravissent les clients partout dans le monde. De plus, à titre de cadre marraine, Louise soutient activement le Conseil des femmes d'ACT, mentorant des femmes et plaidant en faveur de leur avancement professionnel.

Nous sommes honorés d'avoir reçu le prix 2024 Top Women in Convenience (TWIC) Corporate Empowerment. Cette reconnaissance prestigieuse, remise par Convenience Store News, honore une entreprise œuvrant dans le domaine de l'accommodation qui ouvre la voie en donnant aux femmes les moyens nécessaires pour diriger et évoluer dans leurs fonctions.



Favoriser l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle

Aux États-Unis, pour soutenir la stabilité financière et le bien-être des nouvelles familles, nous avons introduit un nouveau programme de congé parental payé. Le programme offre jusqu'à quatre semaines de congé payé à tout parent accueillant un nouvel enfant âgé de deux ans ou moins pour qu'il puisse passer du temps de qualité avec lui. En outre, les mères qui accouchent bénéficieront d'un « complément » à leur congé de maladie de courte durée, ce qui leur assurera une rémunération complète pendant les six à huit premières semaines suivant l'accouchement. Ce nouvel avantage reflète notre engagement en faveur d'une culture qui valorise le bien-être et qui soutient un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle.

Une culture fondée sur les liens

Dirigés par nos employés, nos groupes-ressources d'employés (GRE) jouent un rôle important pour que notre milieu de travail en soit un qui est sûr, accueillant et tissé serré. En rassemblant les gens par le biais d'événements, d'occasions de réseautage et de célébrations des contributions individuelles et collectives, les GRE créent des liens signifiants et contribuent à favoriser une culture ancrée dans le respect mutuel et l'apprentissage continu. Les membres de l'équipe de direction jouent le rôle de cadres parrains et marraines, offrant des conseils stratégiques, un leadership éclairé et un soutien. Tous les GRE sont ouverts à tous les membres de nos équipes, quelle que soit leur identité.



États-Unis (Texas) : Notre unité d'affaires Texas a souligné Martin Luther King Day (Jour de Martin Luther King) en distribuant des « trousseaux pour rester au chaud » aux personnes sans abri. Les trousseaux comprenaient des couvertures, des bas et du chocolat chaud. MLK Day est largement célébré comme une « journée de service national », inspirant les gens à prêter main forte là où le besoin s'en fait le plus sentir.



Amérique du Nord (Est du Canada) : Au Canada, l'équipe de Couche-Tard s'est jointe à 17 000 autres participants et alliés lors du Défilé de la Fierté à Montréal. Les membres des équipes de deux de nos magasins le long du parcours ont distribué des coupons offrant une Sloche gratuite aux clients. Cette initiative s'inscrit dans notre volonté de faire ce qui est bien pour les communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités.

Cette année, l'entreprise a rassemblé les membres de nos équipes à l'occasion de deux assemblées publiques pertinentes organisées par nos groupes-ressources d'employés (GRE). La première, présentée par le GRE FIERTÉ mettait en lumière des histoires personnelles puissantes qui reflétaient le courage, l'authenticité et la volonté de créer un changement signifiant. La seconde, animée par le GRE REAL, a réuni des représentants de tous les GRE sous le thème « S'approprier sa carrière » et a exploré la manière dont les membres de nos équipes peuvent s'approprier leur croissance, saisir les occasions de développement qui se présentent à eux et tirer parti du pouvoir du mentorat.



Le Conseil des femmes a célébré *Women's Equality Day* (Journée de l'égalité des femmes aux États-Unis) en présentant le Pouvoir du mentorat et en soulignant l'importance du soutien des femmes par les femmes, un pilier essentiel du développement personnel et professionnel. Ce programme offre aux mentors et aux mentorées des occasions de se développer, d'améliorer leurs compétences et de cultiver des liens durables.



Durant le Mois de la Fierté, notre GRE et leurs alliés ont célébré son nouveau nom ACT PROUD. Les membres l'ont décrit comme un moyen d'embrasser son soi authentique, d'inspirer les autres et de faire du bien aux personnes qui vous entourent pour qu'elles se sentent valorisées et vues.



Au Canada, les membres de nos équipes ont souligné la **Journée internationale des peuples autochtones** en mettant à l'honneur les traditions et la résilience des peuples autochtones au Canada et dans le monde entier, et en reconnaissant leurs contributions inestimables à notre monde. Les membres de nos équipes ont également célébré la Journée canadienne du multiculturalisme en soulignant le dynamisme culturel qui caractérise notre communauté.



Nos équipes ont célébré le **Veterans' Day aux États-Unis et le Jour du Souvenir** dans le monde entier en rendant hommage au service et aux sacrifices du personnel militaire et des anciens combattants qui ont protégé nos libertés. Pour soutenir notre communauté de vétérans, les membres de nos équipes ont désormais la possibilité de s'identifier en tant que vétérans sur nos plateformes en ligne.



À l'occasion du **Mois du patrimoine hispanique**, le **GRE REAL** a misé sur l'apprentissage et le développement en mettant en lumière des leaders influents qui ont été des pionniers et qui ont fait avancer leur cause dans l'ensemble du secteur et dans leurs communautés. Pendant le Mois de l'histoire des Noirs, la série des « Vendredis de février » a offert aux membres de nos équipes une plateforme puissante pour partager leurs histoires personnelles et leurs expériences vécues, ce qui a favorisé une compréhension et des liens plus profonds.



Ce mois d'avril, dans le cadre de la **campagne du GRE intitulée Comprendre l'autisme : apprendre aujourd'hui, inclure demain**, les équipes de l'ensemble de notre réseau mondial ont été invitées à montrer leur soutien en portant du bleu le 10 avril. Ce geste simple porte un message puissant de sensibilisation et de soutien aux personnes et aux familles touchées par l'autisme.



Europe (Pologne) : En Pologne, notre centre d'affaires Circle K de Varsovie s'est vu remettre le prestigieux certificat Diversity IN Check. Cette reconnaissance le place parmi les meilleurs employeurs de Pologne. La mise en œuvre d'une politique locale de lutte contre la discrimination, l'intimidation et les autres comportements indésirables, l'intégration d'une formation pour les gestionnaires sur la manière de contrer ces comportements indésirables et la promotion du congé parental auprès des pères ne sont que quelques-unes des initiatives mises en œuvre.



Culture

Servir nos collectivités et nos parties prenantes conformément aux normes les plus élevées

Notre défi collectif

Alors que notre monde est de plus en plus connecté, les liens entre la société et les entreprises jouent un rôle de plus en plus vital. La promotion d'un monde pacifique et durable passe en partie par la mise en place d'institutions efficaces, responsables et transparentes, ce qui exige des grandes organisations comme la nôtre qu'elles fournissent leur part d'efforts. Nous nous sommes engagés à « Faire ce qui est bien », une promesse de mener nos activités de manière éthique, intègre et honnête avec le soutien et la collaboration de notre communauté de fournisseurs.

Comment nous pouvons contribuer

Nous nous engageons à exercer une influence positive en contribuant à la prospérité de toutes les parties prenantes impliquées dans notre démarche de développement durable. Comptant plus de 16 800 magasins répartis dans 29 pays et territoires, les décisions que nous prenons dans le cadre de nos processus d'approvisionnement ont un impact important, non seulement sur nos clients et nos communautés, mais également sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement. Cet impact est non seulement financier, il est aussi environnemental et social.

Cette année, nous avons continué à mettre en œuvre notre nouveau code de conduite des fournisseurs, à renforcer notre cybersécurité grâce à une formation améliorée et à dialoguer de plusieurs façons avec nos parties prenantes. Nous avons également célébré notre toute première Semaine mondiale du développement durable dans l'ensemble de notre réseau. Dans les communautés, grandes et petites, nos unités d'affaires et les membres de nos équipes ont contribué à des causes et à des activités locales qui cherchent à améliorer la vie des gens.

Principales solutions

- ✓ Code de conduite
- ✓ Exigences en matière de développement durable pour nos activités d'approvisionnement
- ✓ Formation sur la cybersécurité
- ✓ Semaine mondiale du développement durable
- ✓ Soutien aux organisations communautaires



Nos communautés

Contribuer à la vie des gens en investissant et en s'impliquant dans les régions où nous exerçons nos activités.

Nous croyons dans l'importance de bâtir des communautés solides. Partout dans le monde, nos magasins soutiennent de plusieurs façons des organisations et des organismes à but non lucratif locaux par des dons, le bénévolat des membres de nos équipes et la participation à des événements locaux. Voici quelques-unes des initiatives qui ont été réalisées en 2025.

Investir dans nos communautés Soutenir les enfants et les jeunes

Dans l'ensemble de notre entreprise, nous nous engageons depuis longtemps à aider les enfants et les jeunes vulnérables de nos communautés.

Cette année, c'est avec fierté que nous nous sommes associés au programme Détaillants de cœur de Loto-Québec pour soutenir deux causes principales : Enfant Soleil et le Club des petits déjeuners du Canada. Dans le cadre de cette initiative, nous avons contribué financièrement à ces deux organisations qui jouent un rôle crucial dans le bien-être des enfants. Enfant Soleil finance l'achat d'équipement médical spécialisé pour améliorer les soins de santé des jeunes patients, tandis que le Club des petits déjeuners du Canada veille à ce que des milliers d'enfants reçoivent un repas nutritif chaque matin, ce qui les aide à apprendre et à grandir.

Au Danemark, nous nous sommes associés à Børns Vilkår et BørneTelefonen, amassant plus de 6 millions de DKK (soit 912 000 \$) avec nos clients pour leur service téléphonique d'aide qui offre du soutien gratuit et anonyme aux enfants. Les dons ont permis à BørneTelefonen d'étendre ses heures d'ouverture à 24 heures par jour et d'offrir un service de counseling à un plus grand nombre d'enfants et de jeunes.





Aux États-Unis, BRAVE, notre groupe-ressource d'employés s'est fièrement associé à l'initiative Rolling Remembrance de PepsiCo pour rendre hommage à nos communautés militaires et à leurs familles. Dans le cadre de cette collaboration significative, nous avons organisé une journée spéciale Essence en folie à travers les États-Unis, offrant aux clients un rabais sur le carburant et versant une partie des profits à *Children of Fallen Patriots*, une organisation qui offre des bourses aux enfants ayant perdu un parent dans l'exercice de ses fonctions. Cette année, nous avons remis 313 484 \$, ce qui représente plus de 50 années de droits de scolarité universitaires en bourses Fallen Patriots et contribue à ouvrir la voie à un avenir meilleur pour les enfants de nos héros disparus.

En Norvège, nous avons recueilli 1 213 million de NOK (117 623 \$) pour Youth Mental Health et son service de clavardage en ligne qui soutient les jeunes adultes aux prises avec des difficultés comme la dépression, l'anxiété, la solitude, le stress et les pensées suicidaires. Au fil des ans, avec l'aide de Circle K, l'organisation est passée de 15 à 200 bénévoles, dont certains membres des équipes de Circle K, qui, chaque année, entretiennent plus de 7 000 conversations par clavardage. En Suède, notre activité Workout a permis d'amasser 218 000 SEK (22 680 \$) pour

BRIS, une organisation chef de file de défense des droits des enfants qui offre une ligne d'assistance téléphonique destinée aux enfants ainsi que des consultations en personne.

Aux Pays-Bas, plusieurs activités de collecte de fonds ont permis de remettre 36 000 € (41 000 \$ US) à la *Opkikker Foundation*, dont la mission est de fournir du temps de détente aux familles d'enfants atteints de maladies chroniques.

En Pologne, nous avons fièrement remis 35 000 € (40 000 \$ US) à la *Empowering Children Foundation* qui œuvre à la prévention des dépendances aux écrans, aux jeux vidéo et à l'Internet chez les enfants. En plus de recueillir des fonds dans le cadre de notre campagne annuelle de RSE (responsabilité sociale d'entreprise) et de café, nous remettons 10 % des profits générés par la vente de café avec la carte EXTRA.



Engagement communautaire

Faire ce qui est bien dans nos communautés

Plusieurs de nos unités d'affaires dans le monde ont établi des partenariats avec des banques alimentaires ou des programmes locaux pour faire don de nourriture à des œuvres caritatives qui aident les gens dans le besoin.

Aux États-Unis, pendant la période des Fêtes, Circle K s'est à nouveau associée à *Feeding America* pour faire notamment don de plus de 1,4 million de sandwiches, hamburgers et burritos aux banques et comptoirs alimentaires affiliés.

Au Danemark, nous avons poursuivi notre partenariat avec la banque alimentaire danoise. Étant donné que le transport de grandes quantités de denrées alimentaires vers 370 bénéficiaires, y compris des organisations humanitaires, implique de parcourir de longues distances, nous avons renouvelé notre accord de réduction sur le carburant pour leurs camions frigorifiques. Cela signifie que nous payons la moitié de leurs frais de carburant jusqu'à un maximum de 300 000 DKK (45 600 \$ US). Nous avons aussi fourni aux 200 bénévoles de la banque alimentaire des gobelets isothermes qu'ils peuvent remplir gratuitement de café dans tous nos sites de mobilité lorsqu'ils livrent les surplus alimentaires aux bénéficiaires.

Aussi, notre partenariat avec *Too Good To Go*, qui ne cesse de prendre de l'expansion, permet aux clients d'acheter des sacs-surprises à la moitié du prix d'origine ou moins, évitant ainsi le gaspillage de bons aliments. (Consultez la rubrique « Réduire le gaspillage alimentaire » dans la section Planète de ce rapport pour plus de détails.)

En Allemagne, nous appuyons financièrement l'équipe d'intervention d'urgence de la Croix-Rouge allemande. Cette équipe dévouée soutient les personnes en situation d'extrême urgence, par exemple après une expérience traumatisante ou des décès soudains. L'année dernière, l'équipe de 60 bénévoles est intervenue plus de 600 fois. Elle arrive rapidement sur les lieux et apporte les premiers soins émotionnels aux personnes touchées, les aidant à gérer leurs émotions et à donner un sens à l'incompréhensible.

Aujourd'hui, à l'échelle planétaire, 49,6 millions de personnes se trouvent en situation d'esclavage moderne, et en tant qu'entreprise présente dans le monde entier, nous sommes conscients que la traite des êtres humains est un problème international. Selon les rapports des Nations Unies sur les objectifs de développement durable, 71 % des victimes de la traite des personnes sont des femmes et des enfants, et plusieurs d'entre eux fréquentent les magasins d'accommodation. Nous nous sommes associés à *In Our Backyard*, une organisation à but non lucratif américaine, pour offrir une bouée de sauvetage aux victimes en affichant le numéro de la ligne téléphonique d'urgence nationale dans toutes les salles de bain de nos magasins Circle K américains. Cela permet de sensibiliser les gens, d'ouvrir un chemin vers la liberté pour les victimes et d'aider à traduire les trafiquants en justice.



Briser le cycle de la pauvreté

Durant la période des Fêtes, participer à la campagne Centraide/United Way est une tradition pour les équipes de l'Est du Canada, du centre de services de Laval et du centre de distribution de Laval. Une fois de plus cette année, des activités inspirantes ont été organisées, ralliant les membres de nos équipes et nos clients dans un esprit de solidarité. Au Québec, Centraide/United Way joue un rôle crucial en soutenant plus de 860 organismes et projets communautaires à travers la province. Sa mission est de briser le cycle de la pauvreté et d'améliorer les conditions de vie des personnes vulnérables. En combinant les dons recueillis lors des activités, les dons d'entreprise et les contributions de grands donateurs, la campagne de cette année a permis de recueillir plus de 350 000 \$ CA.



Offrir des produits dont la vente est interdite aux mineurs

En tant que détaillant responsable, nous sommes conscients de l'importance d'assurer une distribution sécuritaire de produits dont la vente est interdite aux mineurs. Les membres de nos équipes reçoivent une formation complète pour s'assurer que dans nos activités quotidiennes, nous respectons toujours toutes les réglementations locales. Dans l'ensemble de notre réseau, nous révisons nos politiques et contrôlons régulièrement nos activités afin de nous assurer que nous contribuons à la sécurité de nos clients, de leurs enfants et de nos communautés.

Intervenir en cas d'urgence

Dans la plupart des régions où nous exerçons nos activités, nos magasins sont désignés comme des infrastructures essentielles au service de nos communautés. Nous fournissons les services essentiels dont nos sociétés ont besoin pour fonctionner et nous nous engageons à soutenir nos communautés chaque fois que nous le pouvons. Nous disposons de plans de préparation et d'intervention en cas d'urgence, ainsi que de programmes de formation approfondis afin de garantir que les membres de nos équipes sont équipés pour faire face à tout événement, en particulier dans les régions sujettes à des conditions météorologiques extrêmes.

L'été dernier, Beryl, un ouragan de catégorie 1, a touché terre au Texas, apportant de forts vents, déversant des pluies torrentielles et inondant la région. Plus de 180 de nos magasins dans les alentours de Houston ont été touchés. L'équipe de soutien de notre unité d'affaires Texas s'est réunie régulièrement pour gérer l'intervention d'urgence, les fonctions TI, Logistique de carburant, Chaîne d'approvisionnement, Installations et RH soutenant les opérations en tant qu'UNE ÉQUIPE. Les membres de nos équipes ont fait preuve d'excellence dans la mise en œuvre de notre plan de préparation aux tempêtes, priorisant la sécurité de nos équipes et de nos installations alors que nous nous sommes mobilisés pour aider nos communautés au moment où elles avaient le plus besoin de nous.

Helene, un ouragan de catégorie 4, s'est, quant à lui, abattu sur la Floride en septembre, dévastant sur son passage des communautés de la Côte du Golfe de la Floride jusqu'aux montagnes de l'ouest de la Caroline du Nord et détruisant

des infrastructures essentielles. Au moins 230 personnes ont perdu la vie en raison de cet ouragan qui est considéré comme le deuxième ouragan le plus mortel des 50 dernières années aux États-Unis. Immédiatement après, 450 de nos magasins ont été fermés, principalement en raison de pannes d'électricité. Incroyablement, dans les conditions les plus difficiles, nos équipes ont pu rouvrir 250 d'entre eux dès le lendemain, prêtes à soutenir nos communautés.

En janvier 2025, pendant trois semaines, des feux de forêt ont ravagé la région de Los Angeles dans le sud de la Californie, provoquant des destructions considérables et déchirantes, et faisant au moins 29 morts. Des centaines de milliers de résidents ont dû être évacués, ce qui fait de cette catastrophe l'une des plus graves de l'histoire de la Californie. Comptant plus de 45 magasins dans la région de Los Angeles, notre unité d'affaires Côte Ouest des États-Unis s'est efforcée de garantir la sécurité de notre personnel et de nos installations. Un terminal de carburant a été fermé en raison de problèmes d'alimentation et nos équipes chargées de l'approvisionnement et de la logistique du carburant se sont efforcées de s'approvisionner auprès de terminaux de secours dans la région afin que nos magasins et nos clients de gros soient approvisionnés là où il était possible d'exercer des activités en toute sécurité.



Notre équipe est demeurée vigilante en assurant la sécurité de tout le monde durant des semaines en suivant le pourcentage de confinement des feux et les fermetures de routes, en alertant les chefs d'équipe de la gravité et de la menace sur des sites précis et en restant au courant de tout changement dans l'ordre d'évacuation émanant des autorités, et ce, dans le but ultime d'assurer la sécurité de nos employés jusqu'à ce que les feux soient circonscrits.

Nadia Hasan

Analyste de carburants
Côte Ouest des États-Unis





Par la suite, nous avons soutenu les efforts de secours locaux en remettant à la Croix-Rouge américaine un don de 100 000 \$ pour soutenir les efforts de secours et de reprise auprès des communautés touchées. Ces fonds ont été recueillis dans le cadre d'une journée Essence en folie ponctuelle organisée dans l'unité d'affaires Côte Ouest des États-Unis, avec le soutien de l'équipe Franchises globales. Plus de 240 sites de la Californie, de l'Oregon et de l'État de Washington ont participé à cette journée. Circle K est

un partenaire de longue date de la Croix-Rouge et est déterminée à soutenir les communautés dans le besoin. Dans le cadre de nos efforts visant à faciliter la vie de nos clients des régions touchées, ces unités d'affaires se sont aussi mobilisées pour soutenir le L.A. Marathon, un événement hivernal emblématique.

Une tempête hivernale s'est également abattue sur le sud des États-Unis, apportant des chutes de neige record et une baisse importante des températures dans des régions du pays où de telles conditions météo sont pratiquement du jamais vu. Notre unité d'affaires Côte du Golfe est toujours prête pour affronter des conditions météorologiques extrêmes, mais la neige a posé des défis uniques, entraînant la fermeture de centaines de kilomètres de ponts et d'autoroutes. Nos équipes ont réussi à contourner les fermetures, logeant leurs membres dans des chambres d'hôtel à proximité des magasins et veillant à ce que les étagères, les réfrigérateurs et les réservoirs de stockage soient bien approvisionnés pour nos clients.

Nos fournisseurs

Collaborer pour promouvoir des pratiques d'approvisionnement durables et socialement responsables.

S'approvisionner de manière responsable

En tant que détaillant responsable présent dans 29 pays, les décisions que nous prenons dans le cadre de nos processus d'approvisionnement peuvent avoir un impact considérable sur la mise en place d'une chaîne d'approvisionnement plus durable.

Nous exigeons de nos fournisseurs qu'ils se conforment à des normes élevées et attendons d'eux qu'ils mènent leurs activités dans le respect de nos valeurs et de notre gouvernance d'entreprise. À cette fin, nous avons introduit un code de conduite des fournisseurs qui guident nos relations avec eux. S'appliquant à tous nos fournisseurs de produits et services, agents, courtiers et fabricants, ce code porte sur des aspects tels que le respect des lois et des exigences juridiques applicables, les pratiques commerciales éthiques, les normes d'emploi éthiques et les droits de la personne, l'environnement et le développement durable.

Au cours de la dernière année, tous les gestionnaires chargés de l'approvisionnement ont suivi une formation afin qu'ils incluent ce code dans les contrats nouvellement signés. Nous avons également suivi les indicateurs de performance clés en matière de développement durable en fonction des réponses des fournisseurs aux questionnaires.





Notre gouvernance

Favoriser une culture fondée sur des valeurs fortes qui adhère à des normes élevées d'éthique et de conformité.

Gouvernance d'entreprise

Structure de gouvernance

Notre structure de gouvernance nous permet d'intégrer le développement durable à tous les échelons de responsabilité et de prise de décisions dans l'ensemble de notre organisation. Dans le cadre de notre stratégie « 10 pour gagner », le fait d'être un détaillant responsable est un élément fondamental de notre réussite, permettant d'intégrer davantage le développement durable comme angle par lequel nous abordons nos activités.

Conseil d'administration

Le conseil d'administration dirige nos efforts en matière de développement durable et supervise nos engagements externes, nos programmes, nos risques, notre performance et nos communications d'informations.



Équipe de direction

L'équipe de direction est responsable de l'orientation stratégique globale en matière de développement durable, de la gouvernance du développement durable et des enjeux sociaux et humains et environnementaux. Elle assure la production des rapports et la gestion des risques.



Chef de la direction des ressources humaines

(responsable des initiatives en matière de développement durable de Couche-Tard)

Notre chef de la direction des ressources humaines travaille avec l'équipe principale chargée du développement durable pour mettre en œuvre notre stratégie de développement durable.

Elle est responsable de la stratégie, des initiatives et de la performance.



Parrains et marraines de projet

Les parrains et marraines de projet sont responsables de la feuille de route établissant nos priorités et nos engagements externes en matière de développement durable. Ils définissent l'orientation afin de veiller à ce que les responsables des axes de travail aient accès aux ressources pertinentes.



Unités d'affaires

Les unités d'affaires sont responsables de l'exécution des feuilles de routes des groupes de fonctions et des unités d'affaires.



Mobilisation de nos parties prenantes

En tant que détaillant responsable, nous accordons de l'importance à ce qui compte pour nos parties prenantes : clients, employés, fournisseurs, ONG, communautés et gouvernements, et investisseurs. Nous entretenons un dialogue constant afin de mieux comprendre leurs priorités sur le plan environnemental, social et de la gouvernance, et de trouver des moyens novateurs de croître.

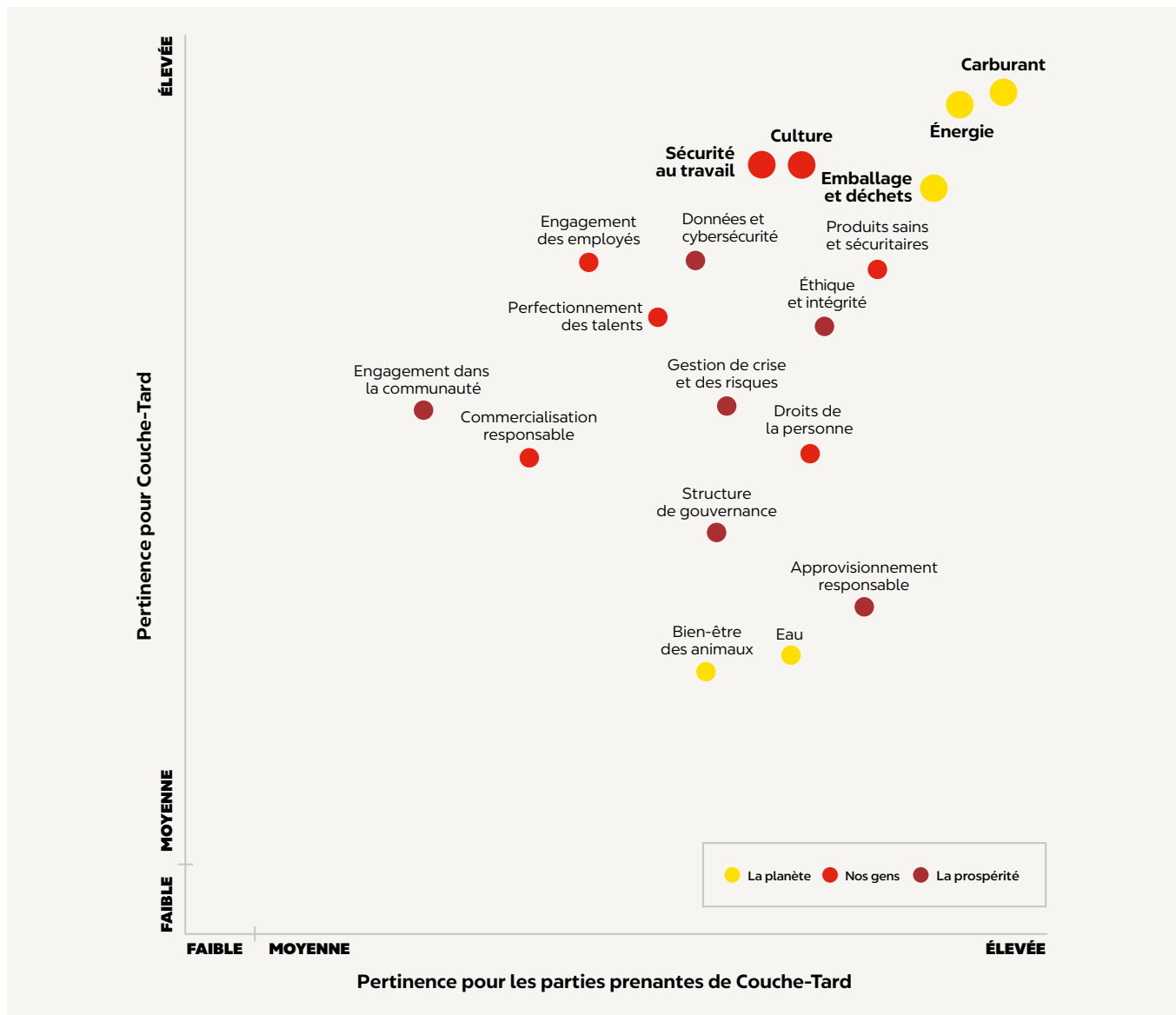
	Préférences et attentes	Approche de mobilisation	Autres faits marquants
 Clients	Se tournent vers les entreprises pour offrir des produits et services durables afin qu'il soit plus facile de faire de meilleurs choix	Sondages mensuels auprès de nos clients, groupes de discussion, interactions au quotidien et nos nouveaux agents conversationnels, Kay et Helene	Élargissement du partenariat avec <i>Too Good To Go</i> , qui permet aux clients de se procurer de la nourriture à un prix avantageux tout en évitant le gaspillage alimentaire
 Employés	Préfèrent travailler pour une entreprise qui fait face proactivement aux enjeux de développement durable et qui crée une culture inclusive et équitable	Sondages auprès des employés, encadrement et formation en cours d'emploi, intranet et évaluation du rendement	Obtention du prix <i>Gallup Exceptional Workplace Award</i> pour la 4 ^e année consécutive
 Fournisseurs	Font face à leurs propres exigences liées au développement durable et s'attendent à ce que leurs partenaires les soutiennent	Ententes de services, réunions et conférences	Mise en œuvre du code de conduite des fournisseurs
 ONG	Encouragent la participation des entreprises au dialogue entre de multiples parties prenantes pour faire avancer le développement durable	Associations sectorielles, conférences, tables rondes, consultations et organisations intergouvernementales	Membre de la <i>eFuel Alliance</i> Au Danemark, lancement d'un débat public sur le développement durable à l'occasion d'une réunion annuelle réunissant des politiciens, des ONG et le public
 Communautés et gouvernements	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	Organismes caritatifs locaux, consultations et autorités municipales, régionales et nationales, y compris les chambres de commerce	Au Canada, Couche-Tard a contribué à la collecte de 915 000 \$ CA pour la Maison de la Sérénité, un organisme à but non lucratif offrant aux personnes des soins de fin de vie empreints de compassion
 Investisseurs	Se concentrent de plus en plus sur une gestion solide des risques ESG et la transparence	Assemblée annuelle des actionnaires, tournées des investisseurs, appels et courriels, et appels pour les résultats trimestriels	Réception du prix <i>Best in Sector: Consumer Staples</i> lors des <i>2025 IR Impact Awards</i>



Matrice en matière de développement durable

En tant que chef de file dans le commerce de l'accommodation et de la mobilité partout dans le monde, nos activités commerciales ont un impact et sont également influencées par plusieurs facteurs déterminants du développement durable. Notre matrice en matière de développement durable est le reflet des enjeux les plus importants auxquels notre entreprise et nos parties prenantes doivent faire face du point de vue de la gestion des risques.

En 2025, après une analyse interne de la haute direction, nous avons une fois plus révisé et mis à jour notre matrice en matière de développement durable. Nous avons également entamé le processus pour réaliser notre première Évaluation de la double matérialité qui consiste à évaluer l'impact des activités commerciales de notre entreprise sur le climat et la société, ainsi que l'impact du climat et de la société sur notre entreprise. Il s'agit d'un élément essentiel de la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), qui s'est imposée comme un cadre fondamental exigeant une transparence et une responsabilité accrues de la part des entreprises et visant à susciter un changement durable dans l'ensemble de l'UE.





Tisser des liens avec les investisseurs

ACT a été honorée de recevoir le prix *Best in Sector: Consumer Staples* lors des 2025 IR Impact Awards, un événement présenté à Toronto, au Canada. Ce prix célèbre l'excellence dans les relations avec les investisseurs et son obtention témoigne de la force de notre approche UNE ÉQUIPE. Il souligne nos efforts constants pour tisser des relations solides avec nos actionnaires et mettre en lumière la vision, la croissance et la résilience d'ACT sur la scène mondiale.



Éthique et conformité

Code de conduite

Nous nous efforçons de mener nos activités dans le respect des normes d'éthique et de transparence les plus élevées. Ces efforts sont ancrés dans notre code de conduite. Tous les membres de nos équipes, nos partenaires ainsi que les membres de notre conseil d'administration doivent signer et respecter ces principes, et suivre une formation annuelle sur la conduite éthique. Nos actions quotidiennes sont guidées par notre politique « L'épreuve des médias », à laquelle, chaque année, tous les employés adhèrent, et qui met l'accent sur le traitement respectueux de tous. Les parties prenantes sont encouragées à faire part de toute préoccupation relative à un manquement à l'éthique par l'intermédiaire de notre service anonyme d'assistance téléphonique ACT.



Lutter contre le travail forcé

Au Canada, une nouvelle loi sur la déclaration de l'esclavage moderne, la *Loi sur la lutte contre le travail forcé et le travail des enfants dans les chaînes d'approvisionnement*, est entrée en vigueur le 1er janvier 2024. Conformément à cette loi, nous avons présenté un rapport décrivant les mesures mises en place par le groupe ACT pour prévenir et atténuer le risque de recours au travail forcé ou au travail des enfants à toutes les étapes de la production des marchandises vendues dans le cadre de nos activités de vente au détail et de carburant au Canada ou ailleurs, ou des marchandises importées au Canada par le groupe ACT. Ces mesures comprennent le lancement de notre code de conduite des fournisseurs et un exercice de comparaison entre nos régions d'exploitation afin de déterminer les pratiques actuelles au sein du groupe ACT en ce qui concerne la diligence raisonnable lors de l'intégration des fournisseurs, notamment les règles de connaissance du client, la cartographie des risques, les questionnaires destinés aux fournisseurs et les communications avec ces derniers.

Plusieurs autres régions disposent déjà de lois semblables que nous respectons en nous acquittant de toutes nos obligations. En Allemagne, par exemple, l'*Act on Corporate Due Diligence Obligations in Supply Chains*, en vigueur depuis 2023, régit la responsabilité des entreprises allemandes en matière de respect des droits de la personne dans les chaînes d'approvisionnement mondiales, ce qui inclut la protection contre le travail des enfants, le droit à des salaires équitables ainsi que



la protection de l'environnement. Depuis 2022, le *Transparency Act* en Norvège oblige les entreprises à rendre compte des pratiques en matière de droits de la personne et de travail équitable dans l'ensemble de leur chaîne de valeur. Aux États-Unis, le *Transparency in Supply Chains Act* de la Californie, en vigueur depuis 2012, exige que les grands détaillants fournissent aux consommateurs des informations concernant les efforts qu'ils déploient pour éradiquer l'esclavage et la traite des êtres humains de leurs chaînes d'approvisionnement.

Renforcer la cybersécurité

Nous investissons constamment dans la cybersécurité afin d'assurer la sécurité de nos données et de protéger nos gens et nos clients. Nous disposons d'une équipe spécialisée dans la sécurité informatique ainsi que de systèmes et de programmes visant à assurer la sécurité dans l'ensemble de l'organisation. En 2025, tous les membres de nos équipes ont suivi une formation actualisée et obligatoire sur la cybersécurité. Par ailleurs, lors de notre campagne annuelle de sensibilisation à la cybersécurité, nous organisons une série d'activités visant à promouvoir des pratiques et des comportements cyber-sécurisés au sein de l'organisation.



Semaine mondiale du développement durable

En 2025, nous avons célébré la toute première Semaine du développement durable dans l'ensemble de notre réseau mondial. En nous appuyant sur le succès qu'avait connu la Journée européenne du développement durable en 2022, nous souhaitons étendre cette opportunité au reste de notre organisation. Les équipes de nos unités d'affaires ont pris part à une série d'activités conçues pour favoriser la sensibilisation, l'éducation et la mobilisation autour de nos engagements en tant que détaillant responsable pour *Faire ce qui est bien* pour notre planète, nos gens et nos communautés. Le nettoyage des ordures dans des parcs, la collecte de produits sanitaires pour les femmes et les bébés, une initiative de compostage, un marché de seconde main et une chasse au trésor virtuelle sur le développement durable font notamment partie des activités qui ont été organisées durant cette semaine.

Portée du rapport

Notre rapport sur le développement durable souligne notre engagement envers la transparence quant à nos progrès en tant qu'entreprise et s'aligne sur les normes internationales en matière de divulgation sur le développement durable.

Il s'agit de notre septième rapport sur le développement durable, couvrant l'exercice financier 2025. Ce rapport constitue une nouvelle étape importante vers une plus grande transparence, alors que nous cherchons à faire preuve d'ouverture face aux défis actuels, aux occasions qui se présentent et à nos aspirations futures.

Le contenu de ce rapport couvre nos fonctions corporatives ainsi que les secteurs de l'entreprise que nous gérons directement aux États-Unis, au Canada, en Europe et dans d'autres régions. Il n'inclut pas les activités de titulaires de licences, de concessionnaires, de franchisés et de coentreprises sur lesquelles nous n'avons ni contrôle opérationnel ni responsabilité directe en matière de gestion.

Normes

Le contenu du rapport a été élaboré en se référant aux normes de la Global Reporting Initiative (GRI) et de la Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Un index de notre alignement avec les normes GRI et SASB est disponible à l'adresse suivante : <https://corporatif.couche-tard.com/developpement-durable>.

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 afin de continuellement renforcer notre approche. Pour ce septième rapport, nous nous sommes alignés sur les pratiques de l'industrie en divulguant de manière complète des données qualitatives et quantitatives.

Rétroaction et commentaires

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires concernant le présent rapport en nous écrivant à l'adresse suivante : <https://corporatif.couche-tard.com/nous-contacter>.



Divulgation d'information relative aux changements climatiques

Nous reconnaissons que les changements climatiques présentent une série de risques physiques et de transition qui posent divers défis à notre stratégie d'affaires et à la continuité de nos activités. Nous comprenons également que ces risques s'accompagnent de nouvelles opportunités d'innover et de faire les choses différemment.

Dans le cadre de notre démarche de cette année, et alors que nous nous rapprochons de nos objectifs pour l'année civile 2025, nous avons continué à investir pour réduire nos propres émissions et aider nos clients à évoluer vers un environnement à faibles émissions de carbone.

Notre divulgation d'information financière relative aux changements climatiques (« GIFCC ») demeure alignée aux normes de divulgation établies par l'International Accounting Standards Board (IASB) et plus particulièrement les normes internationales d'information financière IFRS S2. Chaque année, nous continuons d'améliorer nos informations et de renforcer notre stratégie d'affaires. Dans le rapport de cette année, nous continuons d'améliorer l'exactitude de nos sources importantes d'émissions de portées 1 et 2. Pour ce qui est de la divulgation de nos émissions de portée 3, nous avons divulgué l'an dernier nos sources les plus importantes et continuons à en ajouter à notre inventaire en conformité aux exigences réglementaires en matière de divulgation.

Nous avons également intégré un suivi transparent de nos cibles climatiques dans notre tableau de données, permettant ainsi de visualiser facilement et rapidement les progrès réalisés en vue d'atteindre nos objectifs pour l'année civile 2025.

Au cours des prochaines années, nous continuerons d'améliorer la collecte et la divulgation de données afin de respecter diverses obligations réglementaires dans toutes les régions où nous exerçons nos activités. Comme pour les années précédentes, nous continuerons d'intégrer nos apprentissages dans nos processus de planification stratégique afin d'améliorer notre stratégie climatique.

Gouvernance

Conseil d'administration et comités

Notre conseil d'administration supervise la planification, l'avancement et l'atteinte des objectifs stratégiques liés au climat de l'entreprise et se réunit tous les trimestres pour suivre les progrès accomplis et les évaluer. Dans sa structure actuelle, le conseil d'administration d'ACT a la responsabilité ultime de la surveillance des questions liées au développement durable, y compris les changements climatiques. Plus précisément, il est chargé de superviser tous les risques importants pour l'entreprise et de veiller à ce que des stratégies d'atténuation efficaces soient mises en place. Le conseil d'administration approuve également les objectifs, les engagements, les politiques, les systèmes de gestion et les communications externes de l'entreprise en matière d'environnement.

Plus précisément, nos objectifs liés au climat sont établis par l'équipe de direction et approuvés par le conseil d'administration. Bien que chaque objectif soit parrainé par un cadre responsable, nos unités d'affaires jouent un rôle important dans la mise en œuvre des changements que nous souhaitons réaliser. Par le biais de notre modèle décentralisé, nos unités d'affaires sont aptes à saisir d'autres opportunités qu'elles considèrent comme pertinentes et à prendre les mesures qu'elles jugent appropriées (offre élargie de carburant renouvelable, achat d'électricité renouvelable, installation de systèmes de gestion de l'énergie, acquisition d'un éclairage particulier, etc.).

Nous évaluons régulièrement la composition de notre conseil d'administration afin de nous assurer qu'il est adéquatement outillé pour comprendre et superviser les questions liées au climat, y compris la transition énergétique vers une économie à faibles émissions de carbone. Actuellement, les 16 membres de notre conseil d'administration possèdent des compétences et une expérience en matière environnementale, sociale et de gouvernance.

Notre comité des ressources humaines et de régie d'entreprise (« CRHRE »), composé de membres du conseil d'administration, assiste le conseil d'administration dans l'acquiescement de ses responsabilités relatives à la stratégie en matière de développement durable de l'entreprise et aux questions liées aux enjeux climatiques.



Plus précisément, la charte du CRHRE stipule que ce comité assume des fonctions et des responsabilités liées à la gouvernance environnementale, sociale et d'entreprise, y compris les politiques, les objectifs et les cibles en matière de risques et d'opportunités liés au climat.

Dans le cadre de ce mandat, le CRHRE passe en revue et émet des recommandations au conseil d'administration sur les principaux dossiers à approuver, notamment les engagements en matière de climat et le rapport sur le développement durable d'ACT. Le CRHRE informe également le conseil d'administration des progrès réalisés par ACT en ce qui a trait aux engagements et aux cibles externes liés au développement durable, y compris ceux liés aux changements climatiques. Le CRHRE se réunit tous les trimestres pour examiner les progrès accomplis par les cadres responsables en lien avec la réalisation de nos objectifs en matière de climat, ainsi que les propositions concernant les mises à jour de notre stratégie.

Le comité d'audit, également composé de membres du conseil d'administration, aide ce dernier à s'acquiescer de ses tâches de surveillance et de supervision des rapports financiers environnementaux, sociaux et de gouvernance. Le comité révisé et analyse la portée des divulgations selon les normes de la Fondation IFRS en matière de rapports climatiques, comme précisé à la charte du comité d'audit.

Ce rapport GIFCC, y compris les données consolidées relatives au climat, suit le même processus d'examen et d'approbation que nos états financiers, qui comporte un examen et une recommandation d'approbation par le comité d'audit, comme le suggèrent les normes IFRS S2 relatives à la communication d'informations sur le climat.

Équipe de direction

Le développement durable est intégré à notre stratégie d'entreprise et à notre fondation comme un angle sous lequel considérer nos activités plutôt que comme un programme distinct. Notre équipe de direction, composée de cadres et de vice-présidents principaux, est collectivement responsable de l'évaluation de la performance de l'entreprise dans le cadre de nos priorités en matière de développement durable qui incluent les risques et les opportunités liés au climat, ainsi que leur intégration dans notre stratégie globale d'entreprise. Notre président et chef de la direction agit à titre d'intermédiaire entre l'équipe de direction et le comité directeur en matière de développement durable (voir ci-dessous) et le conseil d'administration. En outre, il assume la responsabilité ultime de la mise en œuvre des stratégies et des engagements en matière de changements climatiques approuvés par le conseil d'administration. Notre président et chef de la direction est responsable de nommer le chef de la direction des ressources humaines, dont le rôle principal est de diriger notre stratégie en matière de développement durable et de veiller à ce que nos engagements et objectifs liés au climat soient respectés et à ce que les informations relatives au développement durable soient communiquées, y compris les informations sur les changements climatiques. Une grande partie de notre équipe de direction se réunit régulièrement pour discuter des questions de développement durable. Ce groupe de dix cadres, comprenant notre président et chef de la direction et notre chef de la direction financière, est présidé par notre chef de la direction des ressources humaines, et est appelé le comité directeur en matière de développement durable. Les membres de ce comité se réunissent tous les trimestres pour discuter des risques émergents, surveiller les risques connus et déterminer si les plans d'action nécessitent d'être modifiés. Ils supervisent les impacts potentiels des changements climatiques et veillent à ce que tous les efforts soient coordonnés, communiqués et considérés lors des discussions stratégiques. Le comité directeur en matière de développement durable rend également compte des progrès réalisés par nos cadres responsables.

Tous les cadres responsables sont membres de notre équipe de direction et du comité directeur en matière de développement durable. Leur rôle est lié au domaine d'activité dont ils sont responsables, assurant ainsi leur compétence et leur connaissance approfondie des solutions. Les cadres responsables des initiatives liées aux changements climatiques sont les suivants :

Ina Strand, chef de la direction des ressources humaines et responsable des efforts de Couche-Tard en matière de développement durable

Aaron Brooks, Vice-président principal, Immobilier et client carburant — cadre responsable des émissions opérationnelles de carbone

Mathieu Bolte, Vice-président principal, Finances — cadre responsable du respect des exigences en matière de communication des informations

Le président du comité présente tous les trimestres un rapport au comité des ressources humaines et de régie d'entreprise, tandis que chaque cadre responsable, ou l'un de ses représentants, fait de même au moins une fois par an.



Stratégie

Pour demeurer fidèles à notre vision d'être la destination préférée pour l'achat de marchandises et de la mobilité à travers le monde, nous devons cerner les risques physiques et de transition liés au climat et comprendre comment ils peuvent avoir un impact sur nos activités futures afin de mieux nous préparer et de tirer parti de toutes les opportunités qui peuvent se présenter. Cela nous permettra de faciliter la vie de nos clients un peu plus chaque jour, pour des années à venir.

Surveillance des risques et des opportunités liés au climat par notre conseil d'administration

Nous reconnaissons que les changements climatiques sont un problème mondial qui présente à la fois des risques et des opportunités pour notre entreprise. La stratégie quinquennale la plus récente de l'entreprise a placé nos engagements liés au climat au cœur de notre réussite à titre de « détaillant responsable », témoignant ainsi de notre engagement soutenu.

Comme nous exerçons nos activités dans le domaine du commerce de l'accommodation et de la mobilité, nous pensons qu'il est essentiel d'évaluer et de gérer les risques et les opportunités liés au climat pour soutenir la réalisation de nos priorités stratégiques à court, moyen et long terme, ainsi que pour répondre aux attentes des actionnaires et des parties prenantes.

Notre exercice d'analyse des scénarios climatiques

Nous croyons que les carburants fossiles liquides utilisés pour le transport routier demeureront nécessaires pour une certaine période, même si notre économie évolue vers une réduction des émissions de carbone. Les trois scénarios explorés dans le cadre de notre analyse des scénarios climatiques appuient cette affirmation, le rythme et l'ampleur de la transition énergétique variant d'un scénario à l'autre. Nous savons que la demande pour les produits de carburant traditionnels sera touchée au fur et à mesure que la consommation des véhicules diminuera et que la popularité des véhicules électriques (VE) augmentera, tandis que la demande de services de recharge pour les VE et de carburants émettant moins de carbone augmentera. Nous explorons diverses opportunités d'affaires pour traverser cette période de transition, y compris une offre accrue de recharge pour véhicules électriques et de carburants à plus faible teneur en carbone, ainsi qu'une diversification de nos offres de services pour attirer et fidéliser les clients. D'une part, nous décelons diverses opportunités d'affaires en lien avec le développement de notre réseau de bornes de recharge et de bornes de recharge rapide pour les véhicules électriques de tourisme en Europe et en Amérique



du Nord, ainsi que de bornes de recharge pour les camions électriques. D'autre part, nous avons augmenté notre offre de carburants durables. Nous croyons également qu'il est possible d'améliorer nos offres de biocarburants, notamment dans le secteur des véhicules lourds, dont l'électrification et la diversification des sources d'énergie devraient progresser à un rythme plus lent que celui des véhicules de tourisme.

Du point de vue des aspects physiques des changements climatiques, les scénarios mis au point par les spécialistes du secteur suggèrent une forte augmentation des phénomènes météorologiques extrêmes (tels que des ouragans, feux de forêt, vagues de chaleur, etc.) et une élévation plus importante du niveau de la mer sous l'effet d'un réchauffement accru. En cas d'événements météorologiques extrêmes, il est fréquent que nos magasins enregistrent une hausse de l'achalandage tant avant qu'après l'événement. Compte tenu de notre présence géographique diversifiée à l'échelle mondiale et du nombre total de nos actifs et de leur emplacement stratégique, nous considérons que nous disposons des moyens nécessaires pour faire face à l'augmentation des impacts physiques des changements climatiques sur nos sites, y compris dans le cadre d'un scénario d'émissions élevées.

Exploration de nos scénarios climatiques

Notre analyse comprend six scénarios différents basés sur des trajectoires mondiales distinctes et pertinentes, préparées par des organismes internationaux, dont l'Agence internationale de l'énergie (AIE) et le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC). Dans l'élaboration de nos scénarios climatiques, nous avons considéré plusieurs facteurs tels que la démographie, l'économie, la géopolitique, l'environnement, le droit, le domaine social, l'innovation et la technologie. Nous avons notamment utilisé les scénarios de l'AIE pour évaluer les risques de transition propres au secteur de l'énergie et les scénarios du GIEC pour évaluer les risques physiques à l'échelle régionale et mondiale. Différents scénarios ont été utilisés pour étayer nos analyses des risques physiques et ceux liés à la transition afin de tenir compte des scénarios les plus optimistes et les plus pessimistes, tels que présentés par l'AIE et le GIEC, avec différents intrants et hypothèses de modélisation menant à des résultats légèrement différents.

Scénarios climatiques d'ACT	Scénario de référence du GIEC	Scénario de référence de l'AIE	Demande mondiale en carburants liquides pour le transport routier	Demande pour les biocarburants liquides	Vente aux passagers de VE	Vente aux conducteurs de camions lourds
Très faibles émissions de GES	SSP1-1.9	Net Zero Emissions by 2050	-39,2 kb/j	plus 3,5 kb/j	plus 90 %	35 %
Émissions de GES modérées	SSP2-4.5	Announced Pledges Scenario	-23,2 kb/j	plus 7 kb/j	plus 26 %	8 %
Très fortes émissions de GES	SSP5-8.5	Stated Policies Scenario	-1,5 kb/j	plus 3,1 kb/j	plus 16 %	5 %

Par le biais d'une série d'ateliers réunissant un échantillonnage de participants représentatif de notre organisation, nous avons cherché à comprendre comment les risques et les opportunités liés au climat pourraient évoluer au fil du temps (c'est-à-dire en 2030 et en 2050), ainsi que les implications qui en découlent pour la planification des activités et la gestion des risques. Ce processus qualitatif a permis de réfléchir, de discuter et d'analyser les risques et opportunités actuels et futurs liés au climat, dans les limites de chaque scénario. Pour garantir une analyse approfondie de nos scénarios, nos ateliers ont rassemblé un large éventail de participants issus de nos principaux marchés, les États-Unis, l'Europe et le Canada, ainsi que de nos différents secteurs d'activité, notamment la commercialisation, la mobilité et la finance.

Notre analyse de scénario initiale a été réalisée en 2023 et, depuis, a été revue annuellement. Elle est fondée sur des informations actuelles et publiquement disponibles, comme décrites ci-dessous, et devrait évoluer au fil du temps pour intégrer des données pertinentes et actualisées. Conformément à notre processus de gestion des risques d'entreprise, nous continuons à assurer un suivi afin que tous les risques nouveaux ou mis à jour soient dûment considérés. Compte tenu de l'absence de changements significatifs liés au climat dans notre secteur au cours de la dernière année, l'examen de cette année n'a pas entraîné de changements importants par rapport à notre évaluation de l'année précédente. Nous planifions de continuer à faire progresser nos évaluations au fil du temps, au fur et à mesure de l'évolution des politiques et des choix des clients.

Principales conclusions de notre analyse des risques et des opportunités



Les tableaux ci-dessous présentent les principales conclusions de notre analyse des scénarios en ce qui a trait aux risques et opportunités. Il s'agit des opportunités et des risques potentiellement importants pour notre entreprise ainsi que de l'impact qu'ils pourraient avoir sur nous à l'avenir. La section consacrée à la gestion des risques décrit la façon dont nous répondons à ceux-ci. Nous continuerons de planifier et de renforcer cette réponse stratégique en la complétant par un prochain exercice d'analyse quantitative de l'impact des scénarios.

En 2025, nous avons poursuivi nos efforts visant à quantifier l'impact financier sur nos activités des risques et opportunités de transition relevés en nous concentrant sur les plus importants. La quantification de l'impact financier de ces risques et opportunités de transition est réalisée en utilisant la même période et les trois scénarios décrits précédemment.

En 2025, nous avons également entamé notre exercice d'évaluation de la double importance relative afin de nous préparer à de futures exigences en matière de divulgation. Dans le cadre de ces efforts, nous avons contacté plusieurs parties prenantes internes, ce qui nous a permis de confirmer l'alignement préliminaire sur nos différents risques et opportunités liés au climat décrits ci-dessous.

Au fur et à mesure de l'évolution de notre cheminement en matière de développement durable, nous continuerons à évaluer l'impact des risques et des opportunités de transition ainsi que des risques et opportunités physiques chroniques et aigus sur nos activités.

Catégorie de risque	Description	Impact financier potentiel	
Risques liés à la transition - Risques liés au marché, aux politiques et à la législation	 Réduction de la demande de carburant liquide	La demande mondiale de carburant pour le transport routier pourrait diminuer sous l'effet de nouvelles réglementations (normes en matière d'efficacité des véhicules, interdiction ou réduction des limites de construction des véhicules à moteur à combustion interne, systèmes obligatoires de tarification du carbone, etc.), de l'augmentation du nombre de VE et de l'évolution des comportements des consommateurs (préférences des consommateurs, impact de la hausse du prix de l'essence, mécanismes de tarification routière et modèles de travail hybrides, etc.). Ces réductions pourraient être en partie compensées par la demande croissante en matière de transport à l'échelle mondiale.	Diminution des revenus provenant de la baisse des ventes de carburants et de la concurrence accrue entre les fournisseurs de carburants sur un marché restreint
			Diminution des revenus provenant de la vente de marchandises en raison de la baisse de la fréquentation des magasins
Risques liés à la transition - Risques technologiques	 Augmentation de la demande d'infrastructures de recharge pour les VE	La confiance des consommateurs face à la technologie des VE pourrait augmenter fortement, nécessitant un développement rapide des réseaux d'infrastructures de recharge des VE pour répondre à la demande du marché.	Augmentation des dépenses en immobilisations pour l'achat et l'installation de l'infrastructure de recharge des VE
		L'augmentation de la demande d'infrastructures de recharge VE s'accompagne d'une évolution rapide et imprévisible de l'environnement technologique à laquelle ACT pourrait devoir s'adapter rapidement.	Augmentation des revenus de la nouvelle clientèle de propriétaires de VE
Opportunités liées au climat - Produits et services	 Perspectives des biocarburants pour le transport lourd	La lenteur de l'électrification ou du développement de solutions de recharge à faibles émissions de carbone pour le transport lourd pourrait entraîner une dépendance continue aux moteurs à combustion interne pour le transport routier de marchandises. Les biocarburants sont considérés comme l'une des solutions à faibles émissions de carbone les plus viables actuellement offertes sur le marché pour le transport lourd et la demande pourrait connaître une hausse, en particulier dans le secteur du transport routier de marchandises sur de longues distances.	Diminution de la valeur de l'entreprise ou des actifs si l'innovation dépasse la capacité d'adaptation
			Augmentation des revenus grâce à une meilleure orientation de l'activité liée aux besoins du transport lourd
			Augmentation des revenus provenant de la demande accrue de mélanges de biocarburants dans les transports lourds

Catégorie de risque	Description	Impact financier potentiel
Risques physiques - Risques physiques chroniques		Augmentation du coût des produits vendus pour l'accès aux produits
	 <p>Retards dans la chaîne d'approvisionnement, pénuries, perturbations et/ou volatilité des prix</p>	Augmentation du coût des produits vendus pour l'accès aux produits
		Augmentation des coûts d'exploitation dus à des fermetures de routes, à des déviations ou à des changements de ports
		Diminution des revenus lors de retard de livraison
	 <p>Des nettoyages et des réparations d'équipements ou d'infrastructures coûteux et des pertes de revenus dues à d'éventuelles fermetures de magasins</p>	Augmentation des coûts des réparations et/ou dépenses en immobilisations pour les reconstructions
		Diminution des revenus découlant des fermetures potentielles de magasins pendant la durée des réparations
	Diminution des revenus découlant de la fermeture définitive de magasins	
	Augmentation des dépenses en immobilisations pour la relocalisation	

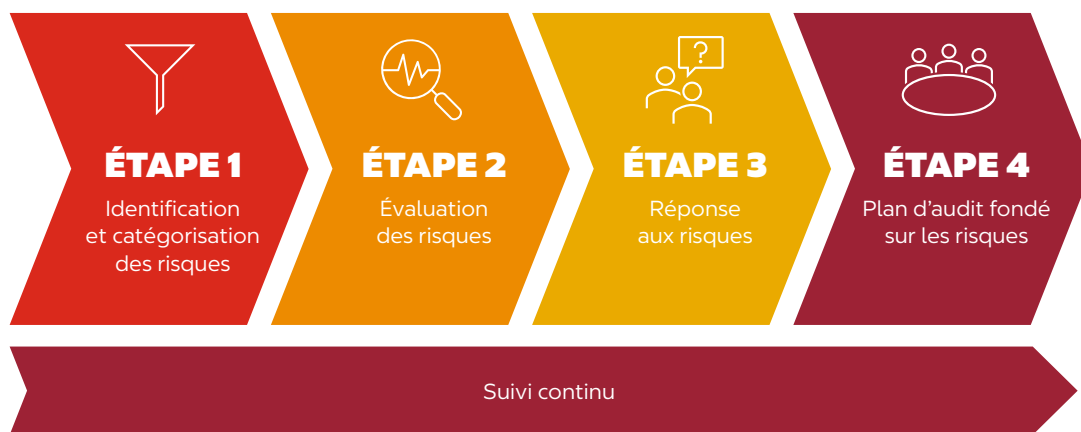
Risques physiques - Risques physiques critiques	 <p>Retards dans la chaîne d'approvisionnement, pénuries, perturbations et/ou volatilité des prix</p>	Des événements graves et plus fréquents, tels que des ouragans, des inondations, etc., pourraient endommager les installations de production, y compris les raffineries de pétrole, réduire l'efficacité de la production des fournisseurs et créer une incertitude quant au temps nécessaire pour revenir à une capacité opérationnelle complète. L'augmentation des vagues de chaleur extrême pourrait réduire l'efficacité de la production des fournisseurs en raison de la pénurie de main-d'œuvre et/ou de l'usure accrue des systèmes d'alimentation.	Augmentation du coût des produits vendus pour l'accès aux produits
			Diminution des marges brutes si ACT est incapable d'avoir accès à des volumes suffisants pour répondre à la demande
	 <p>Des nettoyages et des réparations d'infrastructures et d'équipements coûteux et des pertes de revenus dues à d'éventuelles fermetures de magasins</p>	Des événements extrêmes plus fréquents et plus graves pourraient provoquer des effondrements de routes et de voies ferrées, endommager les ponts et augmenter l'accumulation de débris, rendant les voies de transport impraticables. L'augmentation de la fréquence et de la gravité des feux de forêt pourrait menacer directement les réseaux de transport routier et ferroviaire, ou entraîner des fermetures de routes en raison de la menace d'incendie et/ou de la visibilité réduite.	Augmentation des coûts d'exploitation liés aux fermetures de routes, aux déviations de transport ou aux changements de ports
			Diminution des revenus lors des retards de livraison
	 <p>Coûts importants de nettoyage des déversements de carburant et de produits chimiques</p>	Les événements extrêmes pourraient causer des dommages structurels importants aux installations. Les dommages subis pourraient également entraîner des fermetures temporaires de magasins pour la durée des opérations de nettoyage, de réparation et de reconstruction. Un déplacement des trajectoires des tempêtes tropicales prévu vers le nord pourrait faire en sorte que des régions qui n'étaient pas à risque auparavant deviennent de plus en plus exposées aux tempêtes tropicales futures.	Augmentation des coûts des réparations et/ou dépenses en immobilisations pour les reconstructions
		Les ouragans pourraient avoir un impact sur les lave-autos, les camions-citernes ou les terminaux de carburant, provoquant des déversements de produits chimiques ou de carburant qui entraînent des coûts d'assainissement élevés.	Diminution des revenus découlant d'éventuelles fermetures de magasins lors de réparations ou d'assainissements
Augmentation des coûts de nettoyage environnemental			
		Augmentation des dommages à notre réputation si les déversements environnementaux ne sont pas gérés adéquatement	

Gestion des risques

Processus de gestion des risques

Le cadre global de gestion des risques d'entreprise (GRE) a légèrement changé cette année, mais nous avons continué à optimiser l'identification et l'intégration des risques climatiques à toutes les étapes de notre processus de GRE en nous appuyant sur les résultats de notre analyse de scénarios climatiques. Les impacts des changements climatiques sur notre secteur demeurent un risque prioritaire depuis la dernière version de notre processus de gestion des risques. Nos 10 principaux risques d'entreprise comprennent la baisse de la demande de carburants en raison de l'efficacité accrue des moteurs et de la transition vers des VE. Les impacts liés aux aspects physiques et de transition des changements climatiques sont pris en compte comme facteurs de risque dans plusieurs des risques identifiés pour notre entreprise. Lorsque pertinent, des plans de réponse ont été élaborés pour y faire face, certains étant présentés ci-dessus.

Notre processus de GRE en quatre étapes, qui est soutenu par le Service d'audit interne, est illustré ci-dessous.



Notre équipe de direction et le conseil d'administration participent à l'identification et à l'évaluation des risques par le biais de ce processus et de ce cadre de GRE. Ce processus continu, qui commence par la recherche de données de référence et de tendances sectorielles pour saisir les risques émergents, est utilisé pour déterminer, évaluer et prioriser les risques clés susceptibles d'avoir le plus d'impact sur nos perspectives financières.

Chaque année, le conseil d'administration organise une réunion spéciale avec l'équipe de direction afin de passer en revue les plans stratégiques annuels et à long terme de l'entreprise. Ces échanges portent notamment sur la revue et l'analyse des risques prioritaires liés à nos activités, y compris les risques climatiques, sur les tendances et les développements globaux au sein du secteur, ainsi que sur les opportunités stratégiques importantes. D'ailleurs, le conseil d'administration est responsable d'effectuer un suivi des risques importants liés à nos activités et de veiller à ce que l'équipe de direction mette en place des processus de gestion des risques et des stratégies d'atténuation efficaces. Les risques sont également abordés dans le cadre de la discussion et de l'approbation de la notice annuelle et de nos rapports de gestion trimestriels et annuels.

Lors de l'évaluation des risques et des opportunités d'affaires, nous tenons compte des horizons à court (0-1 an), à moyen (1-5 ans) et à long terme (5+ ans), conformément à notre programme de gestion des risques d'entreprise. En gardant à l'esprit que les risques liés au climat se matérialiseront à plus long terme, notre exercice d'analyse de scénarios climatiques s'étend bien au-delà de cet horizon quinquennal pour passer en revue les risques et les opportunités à l'horizon 2030 et 2050. En tant qu'exploitant dans le commerce de l'accommodation et de la mobilité, avoir une vision à long terme des risques et des opportunités liés au climat et à la transition énergétique est essentiel à notre planification stratégique et financière à long terme, car elle nous permet de prendre des décisions éclairées, de mieux nous préparer et de renforcer notre résilience au fil du temps.

Réponse à la gestion des risques

Investir pour soutenir la décarbonation de la planète

Comme nous l'avons indiqué, nous nous sommes engagés à investir dans des projets d'énergie renouvelable dans notre réseau, notamment dans l'installation de distributeurs émettant moins de CO₂ que les distributeurs d'essence et de diesel courants afin de rendre l'énergie renouvelable plus accessible à nos clients.

En 2025, nous avons investi 218 millions de dollars en projets liés aux énergies renouvelables, y compris l'ajout de distributeurs à notre réseau. Ces investissements portent notre investissement total depuis 2020 à 640 millions de dollars et nous disposons maintenant de plus de 4 000 distributeurs de carburant renouvelable alternatif et près de 3 300 bornes de recharge pour les véhicules électriques, réalisant une partie importante de notre objectif en matière de carburant et d'énergie pour l'année civile 2025 plus rapidement qu'annoncé.

Améliorer notre gestion énergétique

Nous travaillons constamment à la réduction de nos propres émissions opérationnelles de GES en améliorant la gestion énergétique de nos installations.

De plus, nous continuons à mettre en œuvre, à l'échelle mondiale, de nombreux projets de réduction de la consommation énergétique. Par exemple, nous investissons dans les panneaux solaires, la mise à niveau de nos systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation et les technologies écoénergétiques efficaces. Notre accord d'achat d'électricité virtuel (« VPPA ») en Irlande contribue aussi à réduire nos émissions de carbone liées à notre consommation d'énergie. Les analyses en cours nous aideront à déterminer les mesures à adopter et les investissements à prioriser à l'avenir afin de nous aider à réduire notre impact sur les réseaux électriques locaux et à diminuer nos coûts.

Comprendre les impacts physiques liés aux changements climatiques

Nous cherchons à comprendre les impacts physiques découlant des changements à long terme aux schémas climatiques et des événements climatiques extrêmes à l'échelle mondiale et régionale.

Collaborer avec les fournisseurs pour minimiser les retards et les perturbations dans la chaîne d'approvisionnement

Pour atténuer les risques éventuels liés à la chaîne d'approvisionnement, nous nous engageons à poursuivre la collaboration avec nos principaux fournisseurs afin d'améliorer la planification à long terme, d'accroître la résilience des fournisseurs et de minimiser les temps d'arrêt.

Améliorer notre réponse face aux impacts physiques importants sur nos sites causés par les changements climatiques

Dans l'éventualité où nos magasins se retrouveraient malencontreusement sur la trajectoire destructrice d'un événement climatique extrême, nous avons mis en place des protocoles et des procédures de sécurité bien définis qui nous permettraient de reprendre nos activités dans les plus brefs délais afin de répondre aux besoins urgents de nos clients. Nos infrastructures sont conçues pour résister aux intempéries et dans le cas peu probable de rejet ou de déversement de produits dans la nature, nous disposons de plans d'intervention structurés pour nous aider à remédier à la situation.

Indicateurs et objectifs

Nos objectifs climatiques

En tant qu'organisation, nous poursuivons notre cheminement en matière de développement durable et essayons de nous adapter à notre environnement, notamment aux attentes de nos clients, de nos employés, de nos investisseurs et des organismes de réglementation. L'an dernier, nous avons décidé de combiner nos objectifs climatiques en matière de carburant et d'énergie pour l'année civile 2025 en un seul objectif global de GES et de nous engager à investir dans des projets visant à appuyer nos clients à contribuer à la décarbonation de la planète. Cela nous permet d'accomplir plusieurs choses : reconnaître le rôle que jouent les clients et les gouvernements dans la création du changement, concentrer nos investissements et nos ressources internes sur les solutions sur lesquelles nous pouvons avoir un impact direct et qui sont sous notre contrôle direct, et fournir un cadre unique pour la réduction des émissions de GES au lieu de ne prendre en compte que les facteurs contributifs.

Cet objectif combiné nous permet également de garder le cap sur la consommation d'énergie, un levier clé pour les émissions de gaz à effet de serre sous notre contrôle. Nos objectifs mis à jour sont simples : commercialiser des offres de carburants durables pour nos clients qui sont disponibles pour nous en tant que détaillant, demeurer compétitifs et contribuer grandement à la réduction des émissions de GES, dans la mesure où nous en avons le contrôle.

Objectifs en matière de carburant et d'énergie pour l'année civile 2025

- ✓ **Réduction de 50 % des émissions nettes de portées 1 et 2 découlant de la consommation d'énergie par rapport à 2020.**
- ✓ **Investissement de 600 millions de dollars, entre 2020 et 2025, dans des projets d'énergie renouvelable appuyant notre objectif de réduction des émissions de portées 1 et 2, tout en permettant l'installation de 4 300 distributeurs* dans notre réseau d'ici 2025.**

À la fin de l'exercice financier 2025, la réduction équivalente de nos émissions de portées 1 et 2 découlant de notre consommation d'énergie par rapport à notre année de référence, soit 2020, était de 21 %. En tenant compte de l'impact des diverses initiatives en cours, comme la mise en œuvre continue de nos technologies écoénergétiques et la mise à niveau ces dernières années de nos systèmes de chauffage, de ventilation et de climatisation, ainsi que le recours aux accords d'achat d'électricité, nos émissions de portées 1 et 2 devraient continuer de diminuer dans les prochains mois et les prochaines années.

Nous sommes heureux de pouvoir déclarer que nous avons déjà atteint et même surpassé notre deuxième objectif, soit l'installation de 4 300 distributeurs d'énergie renouvelable, puisque nous comptons désormais plus de 4 000 distributeurs de carburant renouvelable alternatif et près de 3 300 bornes de recharge pour les VE, aidant, par le fait même, nos clients à contribuer à la décarbonation de la planète.

Les investissements requis pour l'installation de ces distributeurs et pour d'autres projets d'énergie renouvelable appuyant nos initiatives de réduction des émissions de portées 1 et 2 ont atteint 640 millions de dollars, dépassant notre objectif pour l'année civile 2025. Ces investissements réalisés dans des mises à niveau écoénergétiques dans nos magasins, jumelés à l'installation de bornes de recharge pour VE et de distributeurs de carburants de remplacement, nous placent en bonne voie pour des améliorations futures à l'approche de 2030.

Nos ambitions en matière de climat pour 2030 comportent également deux volets, avec des mesures menant à des investissements en immobilisations atteignant 1,0 milliard de dollars entre 2020 et 2030. Ces investissements continueront de soutenir nos efforts en matière de réduction des émissions de portées 1 et 2 provenant de notre consommation d'énergie et appuieront nos actions pour accroître l'accessibilité de nos distributeurs d'énergie renouvelable*, pour nos clients à l'échelle mondiale, contribuant ainsi à la décarbonation globale de la planète. Notre ambition demeure de rendre disponibles 10 000 de ces distributeurs* à notre réseau international.

Veillez consulter la section Gouvernance à la page 36 pour connaître le processus d'approbation de nos objectifs liés au climat.

* Distributeurs dont les performances en matière d'émissions de CO2 sont supérieures aux normes applicables à l'essence et au diesel de chaque marché. Exemples : HVO100, E85, E15, chargeur pour VE, B100, ED85, CBG, LBG, hydrogène, etc

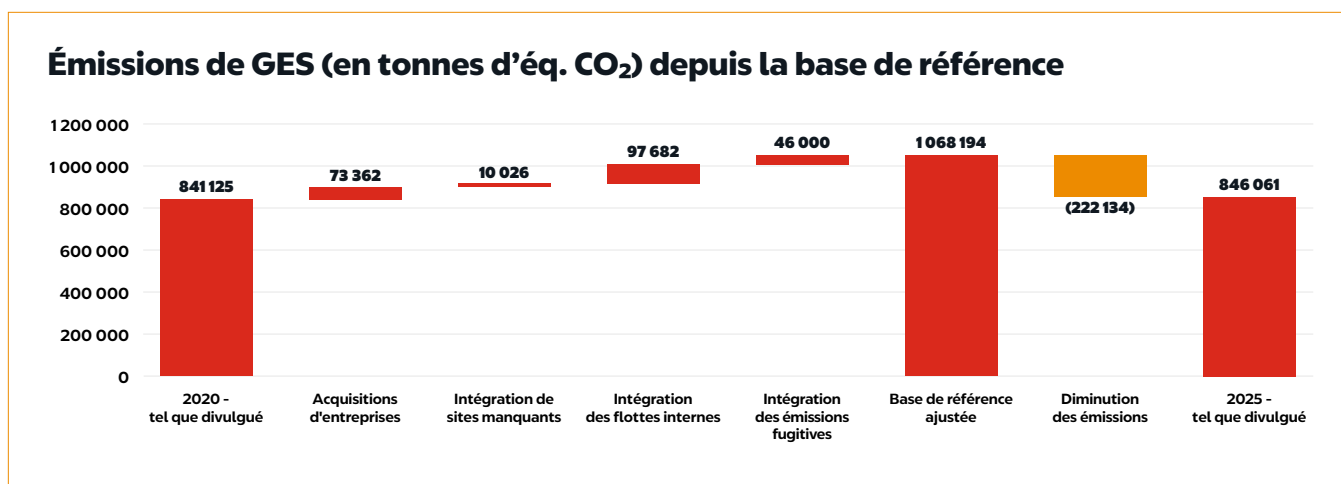
Émissions de GES de portées 1 et 2

Les émissions de gaz à effet de serre de portées 1 et 2 d'ACT sont calculées conformément à la norme de comptabilisation et de déclaration des entreprises du Greenhouse Gas Protocol.

Notre rapport 2025 inclut désormais les émissions de GES de portées 1 et 2 des activités de certains des actifs de vente au détail européens acquis de TotalEnergies SE le 28 décembre 2023 et le 3 janvier 2024. En raison du moment et de la nature de cette acquisition, ces émissions avaient été exclues des données déclarées en 2024.

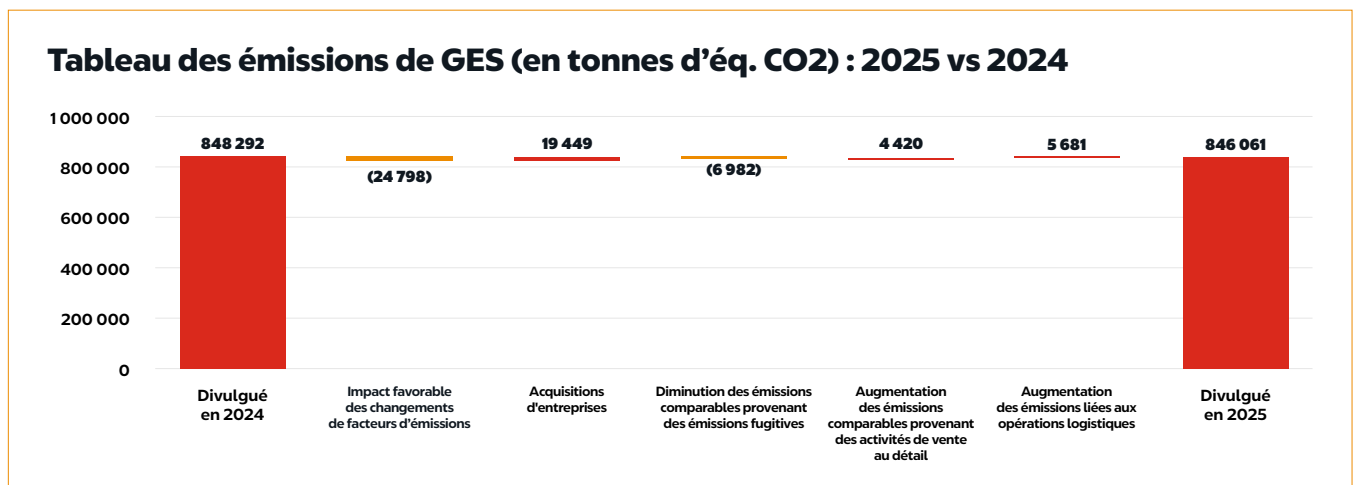
À ce jour, nous ne pensons pas que les autres sources d'émissions de GES de portées 1 et 2 qui ne sont pas incluses dans notre inventaire actuel aient un impact important sur nos émissions totales de GES de portées 1 et 2.

Conformément à notre objectif de réduction des émissions de GES de portées 1 et 2, nous avons également revu nos valeurs de référence afin d'intégrer l'impact de nos principales acquisitions des dernières années, ainsi que les améliorations que nous avons apportées à la divulgation de nos émissions de portées 1 et 2 au cours des dernières années.



En 2025, nos émissions totales de GES de portées 1 et 2 étaient de 846 061 tonnes (t) d'éq. CO₂, comparativement à 848 292 t d'éq. CO₂ l'année précédente.

La diminution observée en 2025 est attribuable à l'impact favorable des facteurs d'émissions ayant, cette année, une teneur en CO₂ plus faible, y compris l'effet de notre accord d'achat d'électricité virtuel en Irlande, en raison d'un nombre moins élevé de remplacements d'unités de CVC comparativement à l'année précédente, ainsi que de l'effet de nos initiatives continues visant à réduire nos émissions de GES. Cette hausse a été en partie compensée par l'impact de l'intégration des émissions des principales acquisitions d'entreprises conclues de 2024 à 2025 (y compris les actifs acquis de TotalEnergies SE), à l'augmentation de la précision de la mesure de nos émissions fugitives en Europe, où un nombre plus important de pays communiquent dorénavant ces émissions, aux températures plus froides dans certaines régions de l'Amérique du Nord où nous utilisons du gaz naturel, ainsi qu'au passage à des opérations logistiques internes (auparavant réalisées par des tiers, ce qui, en vertu des définitions standards, est pris en compte dans les émissions de portée 3).



Émissions de portée 3

Au cours de 2023, nous avons complété notre analyse afin de mieux comprendre les différentes catégories d'émissions de portée 3 s'appliquant à nous, conformément au *GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Standard*. Les résultats de cet exercice d'analyse ont démontré qu'au total, les émissions en amont provenant des biens et services achetés (plus particulièrement le carburant et les marchandises) et les émissions en aval provenant de l'utilisation des produits vendus (carburant) représentent deux catégories importantes. Par ailleurs, nous nous efforçons d'améliorer constamment la communication de l'inventaire de nos émissions de portée 3.

Par conséquent, ce rapport inclut les émissions de portée 3 suivantes :

Catégorie 1 Biens et services achetés (carburant et marchandises seulement)

Catégorie 3 Activités liées aux carburants et à l'énergie (émissions en amont liées à l'électricité vendue)

Catégorie 11 Utilisation de produits vendus (carburants uniquement)

En 2025, ces émissions représentaient 175 020 388 tonnes métriques (t) d'éq. CO₂.

Les émissions de GES de portée 3 d'ACT pour les catégories divulguées sont calculées conformément au GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Standard.

Dans les années à venir, nous continuerons à revoir et à affiner notre mesure des émissions de portée 3 afin d'inclure, lorsque cela est pertinent et important, les émissions d'autres catégories, ainsi qu'à affiner nos calculs des émissions. Aucune des autres catégories n'est actuellement incluse en raison de la complexité de la collecte des données et de la taille de leurs contributions comparativement aux émissions actuellement divulguées.

Rémunération liée au développement durable

Notre programme de rémunération des cadres comprend un salaire de base et une rémunération variable, composée d'un programme d'incitation à court terme (PICT).

La rémunération au titre du PICT de notre équipe de direction est liée à l'atteinte de nos objectifs et priorités d'affaires. Le PICT est une prime annuelle en espèces fondée sur la réalisation de plusieurs éléments, notamment la performance de l'entreprise, calculée en utilisant une mesure financière clé comme un objectif global commun, et le rendement individuel fondé sur l'atteinte d'objectifs stratégiques individuels qui sont approuvés par le CRHRE. Ces dernières années, nous avons veillé à renforcer le lien entre la rémunération de nos cadres et nos performances en matière de développement durable. Afin de nous assurer que le développement durable demeure une priorité pour notre équipe de direction, nous avons inclus des objectifs ESG dans la détermination des primes individuelles fondées sur le rendement pour la plupart de nos cadres. Plus précisément, pour l'exercice 2025, la rémunération variable en vertu du PICT de sept cadres était liée à des facteurs climatiques pour une part allant de 4 % à 25 % de leurs objectifs personnels. En associant la rémunération à court terme des cadres aux objectifs liés au climat, nous renforçons l'engagement d'ACT à soutenir ses clients et communautés dans la transition vers une économie à faibles émissions de carbone, puisque chacun des cadres responsables de domaines particuliers liés au climat répercute, le cas échéant, ces objectifs au sein de son organisation.

Pour plus de détails sur le programme PICT de nos cadres, veuillez consulter notre circulaire de sollicitation de procurations disponible sur notre site Web d'entreprise.

Tableau de données

Les données fournies ci-dessous portent sur l'exercice financier 2025, soit la période entre le 29 avril 2024 et le 27 avril 2025. Aucune des données pour l'exercice 2024 n'inclut nos activités dans les actifs européens acquis de TotalEnergies SE, à l'exception des sections intitulées Économie et Nos sites. Le contenu de ce tableau de données inclut, s'il y a lieu, le lien vers la norme de déclaration connexe du GRI. Consultez la section intitulée Méthode de calcul des données sur les émissions de carbone pour obtenir plus d'informations sur les émissions de GES.

NORMES GRI	SUJET	MESURE	2025 (a)	2024 (a)	2023 (a)
ÉCONOMIE					
201-1	Revenus	En millions de dollars américains	72 857	69 264	71 857
201-1	Charges d'exploitation (b)	En millions de dollars américains	9 215	8 288	7 820
201-4	Impôts versés aux gouvernements	En millions de dollars américains	494	771	794
NOS SITES					
2-6	Nombre total de sites (c)	Nombre	10 487	10 445	9 983
2-6	Nombre total de sites aux Canada	Nombre	1 736	1 774	1 831
2-6	Nombre total de sites au États-Unis	Nombre	5 866	5 831	5 717
2-6	Nombre total de sites en Europe et autres régions	Nombre	2 885	2 840	2 435
PLANÈTE					
ÉNERGIE ET EMPREINTE CARBONE					
305	Total des émissions de GES (portée 1 et 2) (d)	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	846 061	848 292	765 486
	Émissions directes de GES (portée 1)	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	175 302	173 458	121 557
305-1	Émissions directes de GES -Énergie vente au détail	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	29 548	29 441	31 055
305-1	Émissions directes de GES - Énergie de la flotte interne	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	96 254	98 017	90 502
305-2	Émissions directes de GES - Émissions fugitives provenant des systèmes de gaz réfrigérants	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	49 500	46 000	n/a
	Émissions indirectes de GES (portée 2)	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	670 758	674 834	643 930
305-2	Émissions indirectes de GES - Énergie vente au détail	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	670 758	674 834	643 930
305	Émissions de GES sur une base comparable (e)	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	851 410	848 292	n/a
305-4	Intensité des émissions de GES par site (f)	CO2 par site	67,3	70,4	68,5
305-4	Augmentation (réduction) de l'intensité des émissions de GES par site (f)	Pourcentage	(4,4 %)	2,7 %	(15,9 %)
305-3	Total des émissions de GES (portée 3)	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	175 020 388	152 705 786	n/a
305-3	Catégorie 1 : biens et services achetés	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	42 753 499	37 486 276	n/a
305-3	Catégorie 1 : biens et services achetés- Carburant	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	38 415 757	32 846 005	n/a
305-3	Catégorie 1 : biens et services achetés - Marchandises	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	4 337 742	4 640 271	n/a
302-1	Catégorie 3 : Activités liées aux carburants et à l'énergie	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	25 805	n/a	n/a
302-1	Catégorie 3 : Activités liées au carburant et à l'énergie – Recharge de véhicules électriques	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	5 052	n/a	n/a
302-1	Catégorie 3 : Activités liées au carburant et à l'énergie – Émissions en amont de la flotte interne	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	20 753	n/a	n/a

NORMES GRI	SUJET	MESURE	2025 (a)	2024 (a)	2023 (a)
305-3	Catégorie 11 : utilisation des produits vendus	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	132 241 084	115 219 509	n/a
305-3	Category 11: utilisation des produits vendus - Carburant	Tonnes métriques d'équivalent CO2 par site	132 241 084	115 219 509	n/a
302-1	Consommation énergétique totale au sein de l'organisation	MWh	2 801 487	2 701 245	2 648 834
302-1	Consommation énergétique totale au sein de l'organisation - directe	MWh	535 648	510 719	496 524
302-1	Énergie directe - Vente au détail	MWh	175 142	159 822	169 054
302-1	Énergie directe de la flotte interne	MWh	360 506	350 897	327 470
302-1	Consommation énergétique totale au sein de l'organisation - indirecte	MWh	2 265 839	2 190 526	2 152 310
302-1	Énergie indirecte Électricité	MWh	2 265 839	2 190 526	2 152 310
302-3	Consommation énergétique par site (f)	MWh par site	232,3	233,8	235
302-3	Augmentation (réduction) de l'intensité par site de la consommation d'énergie (f)	Pourcentage	(0,6 %)	(0,5 %)	4,6 %
302-2	Nombre de points de recharge pour véhicules électriques	Nombre	3 316	n/a	n/a
302-1	Nombre de pompes à carburant liquide alternatif	Nombre	4 071	n/a	n/a
201-1	Investissements depuis 2020 dans des projets d'énergie renouvelable	En millions de dollars américains	640	n/a	n/a
201-1	Investissements annuels dans des projets d'énergie renouvelable	En millions de dollars américains	218	n/a	n/a
CONSOMMATION D'EAU (g)					
303-3	Prélèvement d'eau (g)	Mégalitres	12 106	11 273	10 287
303-3	Volume total d'eau prélevé par site (g)	Mégalitres par site	1,9	1,7	1,6
303-3	Augmentation (réduction) du volume total d'eau prélevé par site	Pourcentage	9,5 %	4,7 %	9,7 %
NOS GENS					
2-7	Nombre total d'employés (h)	Nombre	99 782	97 289	96 566
2-7	Nombre total d'employés – Temps plein	Nombre	58 494	59 528	61 148
2-7	Nombre total d'employés – Temps partiel	Nombre	41 288	37 761	35 418
2-7	Nombre total d'employés – États-Unis	Nombre	66 327	67 740	65 939
2-7	Nombre total d'employés – Canada	Nombre	10 376	10 728	11 399
2-7	Nombre total d'employés – Europe et autres régions	Nombre	23 079	18 821	19 228
SÉCURITÉ AU TRAVAIL					
403-9	Décès (i)	Nombre	1	3	0
403-9	Taux de décès attribuables à une blessure liée au travail	Taux	0,001	0,0044	0
403-9	Accidents du travail aux conséquences grave (j)	Nombre	48	44	77
403-9	Taux d'accidents du travail aux conséquences graves (j)	Taux	0,068	0,064	0,12
403-9	Accidents du travail enregistrables (j)	Nombre	1 623	1 698	1 906
403-9	Taux d'accidents du travail enregistrables (j)	Taux	2,3	2,5	2,8
NA	Vols (k)	Nombre	745	907	1 092
CULTURE					
405-1	Nombre total de femmes (l)	Nombre	55 975	55 077	55 399
405-1	Nombre total de femmes – États-Unis	Nombre	37 941	39 210	38 829
405-1	Nombre total de femmes – Canada	Nombre	4 750	4 909	5 240
405-1	Nombre total de femmes – Europe	Nombre	13 284	10 958	11 330
405-1	% de femmes par rapport au total des employés	Pourcentage	56,1 %	56,6 %	57,4 %
405-1	Femmes – Direction exécutive	Pourcentage	33,3 %	31,6 %	38,8 %
405-1	Femmes – Haute direction	Pourcentage	28,0 %	23,9 %	21,3 %

NORMES GRI	SUJET	MESURE	FY25 (a)	FY24 (a)	FY23 (a)
405-1	Femmes – Direction	Pourcentage	62,1 %	62,0 %	61,9 %
405-1	Femmes – Postes autres que de direction	Pourcentage	55,3 %	55,9 %	56,8 %
405-1	Femmes à la direction, à la haute direction et à la direction exécutive	Pourcentage	34,6 %	33,3 %	31,0 %
EMPLOYEE ENGAGEMENT					
NA	Employés engagés	Pourcentage	66,0 %	65,0 %	63,0 %
NA	Employés ayant répondu au sondage sur l'engagement	Pourcentage	93,0 %	98,0 %	97,0 %
PROSPÉRITÉ					
STRUCTURE DE GOUVERNANCE (I)					
2-9	Diversité des genres des membres du conseil d'administration	Pourcentage	37,5 %	37,5 %	31,3 %
2-9	Diversité des genres des administrateurs indépendants	Pourcentage	44,4 %	44,4 %	44,4 %
2-9	Indépendance du conseil d'administration	Pourcentage	56,3 %	56,3 %	56,3 %
2-9	Mandat des administrateurs du conseil d'administration	Nombre	12,3	11,3	13,2
COMMUNITY ENGAGEMENT					
413-1	Unités d'affaires ayant des programmes locaux d'engagement dans les communautés	Pourcentage	100 %	100 %	100 %

- a. Les données présentées dans ce rapport visent notre dernier exercice financier, soit du 29 avril 2024 au 27 avril 2025 (ci-après « l'exercice 2025 »). Prenez note que l'exercice 2023 comptait 53 semaines, tandis que les exercices 2025 et 2024 en comptaient 52.
- b. Les dépenses d'exploitation comprennent les dépenses d'exploitation, de vente et d'administration, les frais généraux, les pertes (les gains) sur la cession d'immobilisations corporelles et d'autres actifs, ainsi que l'amortissement et les pertes de valeur.
- c. Les sites visés par le présent rapport sont ceux situés aux États-Unis, au Canada, en Europe et dans d'autres régions où nous exerçons un contrôle opérationnel avec l'autorité nécessaire pour introduire et mettre en œuvre nos politiques d'exploitation. Pour plus d'informations, consultez nos notices annuelles sur le site Web d'entreprise pour l'ensemble de nos sites. Depuis notre évaluation du contrôle effectuée durant l'exercice 2023, nous avons retiré les données de nos coentreprises.
- d. Les émissions de GES de portées 1 et 2 présentées dans le tableau de données sont calculées selon l'approche fondée sur le marché, puisqu'elles incluent les émissions indirectes de l'Irlande, calculées à l'aide du facteur d'émission dérivé de notre accord d'achat d'électricité virtuelle (VPPA), à compter d'octobre 2024. Le reste de nos émissions est calculé selon des facteurs d'émission fondés sur la localisation. Si toutes nos émissions de portées 1 et 2 avaient été déclarées selon l'approche fondée sur la localisation, elles se seraient élevées à 850 396 tonnes métriques (t) d'éq. CO₂.
- e. Afin de présenter des données comparables entre les périodes, nous avons exclu les émissions associées aux acquisitions d'entreprises d'envergure (y compris certains actifs acquis de TotalEnergies SA) et à la modification des facteurs d'émission.
- f. L'intensité des émissions de GES par site est fondée sur la moyenne des sites de vente au détail aux États-Unis, au Canada, en Europe et dans d'autres régions où des données énergétiques sont recueillies. En moyenne, 10 387 sites ont été couverts au cours de l'exercice 2025, 9 931 au cours de l'exercice 2024 et 9 842 au cours de l'exercice 2023. Les émissions provenant de nos terminaux et de nos activités internes de logistique, ainsi que les émissions fugitives provenant des systèmes de refroidissement et de réfrigération ne sont pas incluses dans notre calcul de l'intensité par site.
- g. Les données sur la consommation d'eau tiennent seulement compte de divers sites en Amérique du Nord et à Hong Kong. Au total, 6 457 sites ont été couverts au cours de l'exercice 2025, 6 596 au cours de l'exercice 2024 et 6 301 au cours de l'exercice 2023.
- h. Les chiffres sur les employés concernent ceux des États-Unis, du Canada, de l'Europe et d'autres régions.
- i. Le nombre de décès est rapporté conformément aux exigences réglementaires et aux définitions de chaque pays où nous exerçons nos activités.
- j. Le taux d'accidents du travail graves et à déclaration obligatoire est fondé sur 200 000 heures travaillées.
- k. Les données de l'exercice excluent désormais les vols avec résistance. En utilisant cette nouvelle méthodologie, les vols en magasins étaient de 1 060 au cours de l'exercice 2023. Ces cas sont basés sur des actions de nos associés dans la prévention du vol à l'étalage ou d'autres types de vol, plutôt que sur le vol qualifié tel qu'il est généralement sous-entendu.
- l. Dans quelques cas (moins de 0,5 %), l'information sur le genre n'était pas disponible dans nos systèmes et des estimations ont donc été faites.
- m. Pour plus d'informations sur les données relatives à la gouvernance, consultez nos circulaires de sollicitation de procurations de la direction qui se trouvent sur notre site Web d'entreprise.

Méthode de calcul des données sur les émissions de carbone

Nous nous efforçons de déclarer nos émissions de gaz à effet de serre (« GES ») conformément au GHG Protocol qui vise :

- Portée 1 : émissions provenant directement de nos propres activités;
- Portée 2 : émissions indirectes provenant de l'achat d'électricité, de vapeur ou de chauffage;
- Portée 3 : émissions indirectes provenant de notre chaîne de valeur en amont et en aval.

Nous avons estimé le dioxyde de carbone, le méthane et l'oxyde nitreux en utilisant les facteurs d'émission du Climate Registry Default Emission Factors et de l'Agence européenne pour l'environnement et appliqué les potentiels de réchauffement planétaire tirés du sixième rapport d'évaluation du GIEC.

Nos données sur la gestion environnementale couvrant les émissions de GES et la consommation d'énergie et d'eau sont présentées selon le contrôle opérationnel des sites où nous disposons de l'autorité nécessaire pour introduire et mettre en œuvre des politiques opérationnelles.

De façon générale, nous estimons exercer un contrôle opérationnel sur les établissements exploités sous nos propres bannières, mais non sur ceux gérés par des marchands indépendants. Sauf en cas de contrôle opérationnel sur nos coentreprises, les activités de ces dernières ne sont pas prises en compte dans nos émissions de GES de portées 1 et 2.

La déclaration de nos émissions de portée 3 pour l'exercice 2025 se limite à nos sources d'émissions les plus importantes ainsi qu'aux données les plus facilement accessibles.

Méthode de calcul des données sur les émissions de portées 1 et 2

Les activités de vente au détail incluent les émissions et l'énergie consommée dans nos magasins pour l'ensemble de nos activités, à l'exception des émissions provenant des systèmes de refroidissement et des gaz réfrigérants qui sont divulguées séparément. Les opérations de flotte interne de véhicules incluent les émissions et l'énergie consommée par notre flotte interne de véhicules aux États-Unis et en Europe.

Émissions directes de GES

Les émissions directes de GES et la consommation directe d'énergie incluent le gaz naturel en Amérique du Nord et le carburant consommé par notre flotte interne de camions.

Les émissions directes de GES pour les émissions fugitives provenant des systèmes de refroidissement et de réfrigération pour les activités en Amérique du Nord et à Hong Kong sont calculées en utilisant un nombre estimé de huit unités de refroidissement (y compris les réfrigérateurs, les congélateurs et les climatiseurs) par magasin et en tenant compte des hypothèses sectorielles concernant les fuites liées au fonctionnement, à l'assemblage et à la désinstallation de ces systèmes. Nous avons utilisé le facteur d'émission de carbone du réfrigérant R-134a, qui est le plus utilisé dans notre secteur. En 2025, nos émissions de GES pour les émissions fugitives provenant des systèmes de refroidissement et de réfrigération pour nos activités en Europe ont été calculées en utilisant le taux de fuite de chaque pays tiré de rapports réglementaires locaux, tandis qu'en 2024, elles étaient estimées en fonction du taux de fuite de la Suède, comme il s'agissait du seul pays où des données détaillées étaient accessibles. Les facteurs d'émission sont tirés du sixième rapport d'évaluation du GIEC (AR6).

Émissions indirectes de GES

Les émissions indirectes de GES et la consommation indirecte d'énergie incluent l'électricité provenant de sources d'énergie renouvelable et non renouvelable en Amérique du Nord, en Europe et dans d'autres régions. Nos facteurs d'émission pour l'électricité sont principalement fondés sur les facteurs d'émission des réseaux nationaux ou régionaux, qui reflètent l'intensité de carbone moyenne de la production d'électricité dans les pays respectifs. Dans les cas où nous avons conclu des accords d'achat d'électricité (PPA) ou des accords d'achat d'électricité virtuelle (VPPA), les émissions associées à l'électricité achetée sont alignées sur les sources d'énergie spécifiques faisant l'objet de contrat dans le cadre de ces accords, plutôt que sur la moyenne nationale. Cette approche permet de nous assurer que les émissions rapportées reflètent correctement les contributions en énergie renouvelable ou à faible teneur en carbone de ces accords.

Méthode de calcul des données sur les émissions de portée 3

Catégorie 1 : biens et services achetés

Nos données pour la catégorie 1 visent les émissions en amont des biens et services achetés (marchandises et carburants) à des fins de revente dans nos trois régions. Elles ne comprennent pas les émissions des biens et services non destinés à la revente.

Marchandises

Nous avons calculé les émissions de carbone à partir de données sur le coût des ventes, en excluant la dépréciation et l'amortissement. Nous avons utilisé les facteurs d'émission pour nos principales catégories de produits tirés des bases de données DEFRA/BEIS, EXIOBASE et EPA, ajustés pour l'inflation et les taux de change. Lorsque les facteurs d'émission d'un pays en particulier n'étaient pas disponibles, nous avons utilisé la région géographique la plus proche.

Carburants

Nous avons calculé les émissions de carbone à partir du volume de carburant que nous vendons à nos clients en utilisant des facteurs d'émission pour les différents types de carburant vendu, notamment l'essence, le diesel, le biodiesel, le HVO, le gas-oil, l'huile à chauffage et le carburant pour l'aviation.

Pour les pays européens, nous avons utilisé la certification de développement durable associée aux achats de biocarburants, combinée aux facteurs d'émissions de la directive RED II pour calculer les émissions en amont de la catégorie 1 (nous déclarons aussi les émissions liées à la consommation de carburant par les clients dans la catégorie 11). Pour l'essence et le diesel aux États-Unis, nous avons utilisé le facteur d'émission du modèle GREET du Argonne National Labs pour le « mélange moyen de biocarburants » qui tient compte du biocarburant mélangé à l'essence et au diesel. Pour l'essence et le diesel au Canada, nous utilisons les facteurs d'émissions de GHGenius et de l'inventaire officiel national des gaz à effet de serre officiel du Canada.



Catégorie 3 : activités liées aux carburants et à l'énergie

Nos données relatives à la catégorie 3 couvrent les émissions en amont de la production de l'électricité achetée, puis vendue aux clients par le biais de nos bornes de recharge pour VE. Nous avons calculé les émissions de carbone en utilisant la méthode des données moyennes à partir du volume de kWh d'électricité achetée, puis vendue aux clients, et des facteurs d'émission correspondant à l'emplacement géographique de nos bornes. Les facteurs d'émissions de GES sont les mêmes que ceux utilisés pour nos émissions de portée 2.

Cette catégorie comprend aussi les émissions en amont découlant de la distribution du carburant vendu dans nos magasins par le biais de notre flotte interne de véhicules. Les émissions en amont pour cette activité sont calculées en utilisant les facteurs d'émission liés au carburant consommé par notre flotte de véhicules. Pour les pays européens, nous avons utilisé la documentation certifiée en matière de durabilité associée aux achats de biocarburants, combinée aux facteurs d'émission de la directive RED II. Pour les États-Unis, nous avons utilisé les facteurs d'émission du modèle GREET du Argonne National Laboratory.

Catégorie 11 : utilisation des produits vendus

Nos données de catégorie 11 visent les émissions liées à la consommation par les clients du carburant que nous leur vendons.

Nous avons calculé les émissions de carbone à partir du volume de carburant que nous vendons à nos clients en utilisant les facteurs d'émission pour les différents types de carburant vendu, notamment l'essence, le diesel, le biodiesel, le HVO, le gas-oil, l'huile à chauffage et le carburant pour l'aviation.

La plupart de l'essence et du diesel que nous vendons contient une certaine quantité de biocarburant, conformément aux obligations réglementaires. Pour l'Amérique du Nord, nous avons utilisé les facteurs d'émission du modèle GREET du Argonne National Labs, de GHGenius et de l'inventaire officiel national des gaz à effet de serre du Canada, y compris le facteur d'émission pour le « mélange moyen de biocarburants » pour l'essence et le diesel, qui tiennent compte de la quantité moyenne de biocarburants mélangés aux carburants dans les stations-service nord-américaines. Pour les pays européens, nous avons utilisé la certification de développement durable associée aux achats de biocarburants, combinée aux facteurs d'émissions de la directive RED II.

I Déclarations prospectives

Le présent rapport comprend certaines « déclarations prospectives » au sens des lois sur les 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 termes « croire », « pourrait », « devrait », « prévoir », « s'attendre à », « estimer », « présumer », « viser », « aligner », « maintenir », « continuer », « affecter », « croissance », « position », « chercher », « stratégie », « s'efforcer », « volonté », « peut », « pourrait » ainsi que d'autres expressions similaires ou de leur négation indiquent en général des déclarations prospectives. Les déclarations prospectives comprennent, sans s'y limiter, celles figurant dans le tableau ci-dessous, qui présente également les principales hypothèses utilisées pour déterminer les déclarations prospectives de notre rapport de développement durable.

Déclarations prospectives	Hypothèses
<p>Déclarations relatives à nos phares stratégiques, notamment « Gagner l'offre », « Gagner le carburant », « Gagner le client », « Gagner en croissance », et « La Fondation » qui comprend « Prêts à servir » et notre capacité à mettre en œuvre ces initiatives.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité à anticiper et répondre aux défis soudains auxquels nous pourrions être confrontés sur le marché, aux tendances du marché pour nos produits et à l'évolution des demandes des consommateurs • Capacité à rester à l'affût des besoins et préférences des consommateurs quant à leurs attentes à notre rencontre • Pas d'importante perturbation de nos systèmes de technologies de l'information • Capacité à recruter et à retenir des employés qualifiés dans nos magasins • Capacité à recevoir des produits pétroliers raffinés et des marchandises destinés à la revente • Pas de diminution majeure de la demande pour l'un de nos produits les plus importants, soit le carburant à base de pétrole, en raison de la perception péjorative de ce produit liée à sa relation avec l'environnement ainsi qu'au mouvement vert • Capacité du marché à absorber les fluctuations des prix des carburants pour le transport routier • Capacité à répondre aux exigences des clients en matière de prix, de qualité, de service à la clientèle et d'offres de services
<p>Déclarations additionnelles relatives à notre plan stratégique 10 pour Gagner</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité à identifier et réaliser des acquisitions stratégiques à l'avenir • Poursuite du déploiement de nos plans de croissance stratégique, telles que l'expansion de notre réseau par le développement de nouveaux sites et les opérations de fusions et acquisitions • Capacité à obtenir les approbations réglementaires de financement à des conditions satisfaisantes pour des acquisitions importantes • Capacité à intégrer une entreprise acquise de façon efficace et efficace • Exactitude de notre évaluation des bases ou des sources présumées de synergies et de la réalisation des avantages que nous comptons tirer de celles-ci • Capacité à profiter des économies synergiques attendues et de l'augmentation des efficacités opérationnelles

Il est important de noter que les déclarations prospectives faites dans ce rapport décrivent nos prévisions à la lumière des informations dont nous disposons en date de ce rapport, qui 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 futurs exprimés ou sous-entendus par ces déclarations. Nos déclarations ne doivent pas être interprétées comme indiquant que nous avons mené une enquête exhaustive ou examiné toutes les informations pertinentes. Bien que nous estimions que les déclarations prospectives reposent sur un fondement valable, nos résultats réels peuvent différer de façon importante de nos attentes si des risques connus ou inconnus affectent nos activités ou si nos estimations ou nos hypothèses se révèlent inexactes. Une variation touchant une hypothèse peut également avoir des incidences sur d'autres hypothèses interreliées, ce qui peut amplifier ou diluer l'effet de cette variation. Par conséquent, nous ne pouvons garantir la réalisation des déclarations prospectives, et, ainsi, le lecteur est prié de considérer attentivement les risques, les incertitudes et les hypothèses lors de l'évaluation des déclarations prospectives et à 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, de la réduction de valeur d'actifs, de l'incidence de pandémies et les conflits et tensions géopolitiques, ni des autres frais annoncés ou survenus après les déclarations prospectives.

Nos déclarations prospectives dans le présent rapport ne sont valables qu'en date de celui-ci, et à moins que nous y soyons tenus selon les lois sur les valeurs mobilières applicables, nous n'ions expressément 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. Notre activité est sujette à des risques et incertitudes substantiels, y compris ceux mentionnés ci-dessus. Les investisseurs, les investisseurs potentiels et toute autre personne doivent tenir compte de ces risques et incertitudes. Les déclarations prospectives contenues dans le présent rapport sont expressément visées par cette mise en garde.

Les risques et incertitudes qui précèdent comprennent ceux qui sont énumérés sous la rubrique « Facteurs de risque » dans notre rapport de gestion 2024, ainsi que les autres risques détaillés de temps à autre dans les rapports déposés par Couche-Tard auprès des autorités en valeurs mobilières du Canada.



Merci

aux
146 000
membres de notre
équipe travaillant
partout autour
du globe!



CIRCLE 

