



# Bien être. Bien faire.<sup>MC</sup>

RAPPORT D'IMPACT  
POUR LE CANADA  
JUN 2022

---

PERMETTRE AUX PERSONNES  
DE S'ÉPANOUIR SUR UNE  
PLANÈTE SAINTE



## INTRODUCTION

Lettre de notre président	4
Lettre de notre directeur du développement durable	5
À propos de Bien être. Bien faire : Notre plan de développement durable	7
Notre impact sur les personnes et la planète	9
Analyse de matérialité	10
Alignement sur les objectifs de développement durable des Nations Unies	13

## L'IMPACT SUR LES GENS

Une vue d'ensemble	15
--------------------	----

## L'ENGAGEMENT DE NOTRE PERSONNEL

Les femmes et le leadership	16
La formation	20
Le bien-être émotionnel	21
La sécurité	27

## RESPONSABILISER LES CLIENTS À CONSOMMER SAINEMENT

Nourrissez votre potentiel	28
Le mois de la nutrition	30
Reportage - Les innovations en matière de menus pour les SLD (soins de longue durée)	32

## CONSTRUIRE DES COMMUNAUTÉS LOCALES

Relations avec les autochtones	36
Bioentreprise	42
KOR Foods	43
Nettoyage des plages de la journée ABC (Aramark, bâtisseur de communautés)	44

## L'IMPACT SUR LA PLANÈTE

Un aperçu	47
Les émissions de GES d'Aramark Canada	48

## L'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

EcoVadis et la compréhension de la chaîne d'approvisionnement	50
Le bien-être des animaux	51
Développer notre programme de produits de la mer durables	52
Développer le commerce équitable	53

## MINIMISER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Programme de sauvetage des aliments	54
-------------------------------------	----

## RÉDUIRE LE PLASTIQUE ET LES EMBALLAGES

Le guide des produits à usage unique compostables	56
Le dossier du programme pilote de Cano	57
Siroter plus intelligemment	57

## SURVEILLANCE DES ESG

Une vue d'ensemble	59
--------------------	----



## ANDY SIKLOS

Bien que nous continuions à nous remettre des défis liés à la pandémie de COVID-19, à bien des égards, les 24 derniers mois se sont avérés être une période très enrichissante pour Aramark au Canada.

Au début de 2021, nous avons introduit « Bien être. Bien faire. » comme cadre idéologique pour notre croissance en tant qu'organisation responsable sur le plan social et environnemental. Dans cette communication, nous présentons une mission d'entreprise améliorée - « Faire de grandes choses pour nos employés, nos partenaires, nos communautés et notre planète » - qui reflète plus précisément la valeur incroyable que nous avons accordée aux objectifs de ce cadre idéologique et l'engagement que nous avons adopté pour traiter les rapports environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) au plus haut niveau.

Notre équipe des ressources humaines a fait de la diversité, de l'équité et de l'inclusion (DEI) sa priorité absolue, en concrétisant son intention de créer une culture d'entreprise qui non seulement permet à chacun des membres de notre équipe de se sentir à l'aise sur son lieu de travail, mais qui les incite également à comprendre et à accepter les différences qui font de nous tous des individus uniques. Notre équipe de gestion de la chaîne d'approvisionnement a également intégré le concept de diversité dans son approche, en mettant en œuvre de nouvelles façons de créer des partenariats significatifs dans chaque communauté canadienne dans laquelle nous faisons des affaires, par le biais de politiques et de procédures.

Nous sommes extrêmement fiers de notre récent engagement à fixer des objectifs à l'échelle de l'entreprise pour réduire nos émissions de gaz à effet de serre, conformément à la nouvelle norme Net zéro de l'initiative SBT (Science-Based Targets). Cet engagement, ainsi que les rapports publics sur les progrès accomplis en vue de sa réalisation, représentent la transparence et la responsabilité que nos clients et autres parties prenantes exigent de nous. Nos équipes culinaires et de marketing travaillent avec diligence sur de nouveaux concepts qui utilisent réellement nos menus comme véhicule pour aider à réduire notre empreinte écologique, tout en fournissant à nos clients les moyens d'atteindre leurs objectifs particuliers en matière de santé, de bien-être et de durabilité.

Ne vous méprenez pas, l'année 2021 n'a pas été consacrée uniquement à la planification. Nous comprenons l'urgence des menaces posées par les changements climatiques et les inégalités sociales, et nous avons investi une quantité importante d'énergie et de ressources dans la mise en œuvre de nouvelles stratégies opérationnelles et de mesures spécialement conçues pour nous aider à atteindre les objectifs pour lesquels nous nous sommes engagés, tout en continuant à planifier nos actions futures.

Ce rapport démontre le succès de nos initiatives jusqu'à maintenant, et nous sommes impatients de présenter des mises à jour régulières sur les progrès à venir, car nous continuons à performer avec l'intégrité et la qualité de service sans égale que vous attendez de nous.

**Andy Siklos**  
**Président, Aramark Canada**



## MICHAEL YARYMOWICH

C'est avec un immense plaisir que je partage avec vous le tout premier rapport d'impact d'Aramark Canada depuis le lancement, il y a tout juste un an, de Bien être. Bien faire., notre plan de développement durable. Des progrès considérables ont été réalisés dans tous nos secteurs d'activité à travers le pays, grâce à la mobilisation de toute l'équipe d'Aramark, qui s'est engagée à prendre soin de la planète et des autres.

Au sein de notre organisation, les considérations environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) sont désormais fermement ancrées dans le processus de prise de décisions, de la planification jusqu'à la mise en œuvre à tous les niveaux. Et à mesure qu'une sensibilisation accrue à l'ESG se fraie un chemin dans la conscience publique et inspire les personnes que nous servons au quotidien à exiger davantage, nous nous efforçons d'apporter les solutions requises.

Dans ce rapport, vous trouverez un tout premier inventaire des émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'ensemble de nos activités au Canada. Il s'agit d'une étape importante qui nous permettra d'établir des objectifs de réduction quantifiables en vue d'atteindre notre but ultime de zéro émission nette. Nous y avons partagé certaines de nos stratégies actuelles pour atteindre ces objectifs, et nous y avons présenté un aperçu de nouveaux partenariats et de nouvelles initiatives en cours de réalisation.

Nous avons également inclus des informations fort intéressantes qui soulignent nos succès de l'année dernière, comme les innovations en matière de développement culinaire et d'approvisionnement. Nous avons notamment accueilli et parrainé des événements qui célèbrent et font la promotion de la diversité, de l'équité et de l'inclusion dans la culture canadienne. Nous avons notamment progressé significativement au sein même de notre structure d'équipe afin de devenir aussi représentatifs de cette culture que possible.

Nous vous remercions de vous joindre à nous pour cette revue de l'année passée, et nous nous réjouissons de poursuivre notre dialogue avec vous, nos précieux partenaires, alors que nous continuons à progresser sur notre parcours commun.

**Michael Yarymowich**  
**Directeur, Développement durable,**  
**Aramark Canada**



Bien être. Bien faire.



# À PROPOS DE BIEN ÊTRE. BIEN FAIRE.

**Bien être. Bien faire.** est notre plan de développement durable qui est **directement lié à notre mission** : *Parce que le service fait partie de nos racines, nous réalisons de grandes choses pour nos employés, nos partenaires, nos communautés et notre planète.*

En priorisant les dimensions environnementales, sociales, éthiques et économiques, nous nous efforçons de créer un monde meilleur qui permette aux gens de prospérer sur une planète saine pour les générations à venir, tout en contribuant à notre croissance commerciale à long terme.

Tout au long de notre histoire, nous avons mis beaucoup d'efforts pour avoir un impact positif et réduire tout impact négatif sur les personnes et sur la planète. Nous faisons en sorte de soutenir l'équité et le bien-être à travers nos programmes et nos pratiques. Nous sommes par ailleurs convaincus que notre engagement à minimiser notre impact environnemental a été démontré au fil des ans dans l'ensemble de nos opérations.

Bien être. Bien faire. nous aide à cibler et à renforcer ces pratiques existantes, afin que nous puissions créer un impact encore plus significatif pour notre entreprise et la société.

## NOS OBJECTIFS ET PRIORITÉS

Bien être. Bien faire. commence d'abord avec les gens.

**Notre premier objectif est de favoriser la sécurité, l'équité et le bien-être des millions de personnes que sont nos employés, nos clients et les communautés que nous servons.**

**Notre deuxième objectif est de lutter contre les changements climatiques par une réduction de nos émissions de gaz à effet de serre (GES), en nous approvisionnant de manière responsable, en minimisant le gaspillage alimentaire et en réduisant le plastique et les emballages.**

En novembre 2021, Aramark s'est engagé à fixer des objectifs basés sur la science à l'échelle de l'entreprise pour réduire les émissions de GES, conformément à la nouvelle norme Net zéro de l'initiative Science Based Targets.



# NOTRE IMPACT SUR LES GENS ET LA PLANÈTE

## LES GENS



**1** MOBILISER NOS EMPLOYÉS



**2** LE POUVOIR DE FAIRE DES CHOIX SANTÉ



**3** BÂTIR DES COMMUNAUTÉS LOCALES

## LA PLANÈTE



**4** DES ACHATS RESPONSABLES



**5** RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE



**6** RÉDUIRE LE PLASTIQUE ET LES EMBALLAGES

# ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

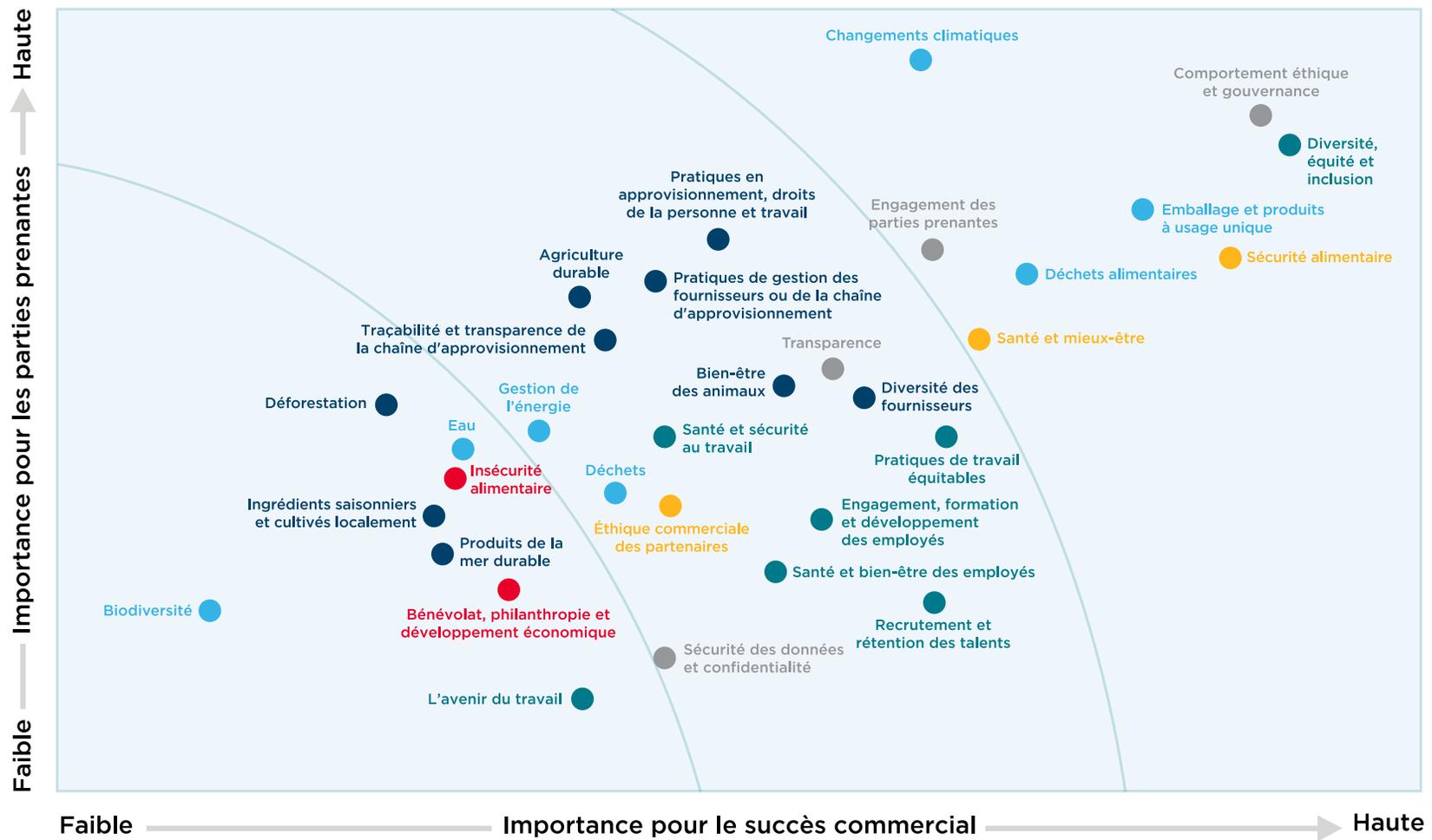
## Durant l'année financière 2021,

Aramark a collaboré avec le réseau Business for Social Responsibility (BSR) sur une évaluation de la matérialité, afin de mieux comprendre et évaluer les considérations environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) les plus importantes pour notre réussite commerciale et pour nos parties prenantes. Près de 30 parties prenantes issues de groupes clés - employés, clients, investisseurs, fournisseurs, ONG et groupes industriels - ont été interrogées, et nous avons travaillé avec BSR sur une méthodologie permettant de combiner les commentaires recueillis avec les meilleures pratiques acceptées et les attentes de l'industrie, afin d'établir les différents éléments contenus dans la matrice suivante.

Cette matrice est conforme aux domaines d'intervention de Bien être. Bien faire. de même qu'aux objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU, auxquels nous accordons la priorité. Les idées et les résultats de cette évaluation serviront de base à notre stratégie qui évoluera constamment dans le futur.

Il est important de noter que cette évaluation de la matérialité n'est qu'un élément de notre approche sur l'engagement des parties prenantes et sur la manière dont les informations contribuent au développement de la stratégie. Pour chaque domaine d'intervention de Bien être. Bien faire., nous consultons également les principales parties prenantes, afin de comprendre les attentes et de prioriser notre travail.





- Principales catégories :
- Environnement
  - Gouvernance
  - Les gens
  - Produits et services
  - Communauté
  - Chaîne d'approvisionnement



# SOUTENIR LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Bien être. Bien faire. permet de progresser sur des défis sociaux et environnementaux complexes et mondiaux. Au cours de notre processus de développement stratégique et d'évaluation de la matérialité, nous avons tenté de déterminer comment Aramark pourrait contribuer davantage aux objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD des Nations Unies). Ainsi, nous avons priorisé huit objectifs, y compris des cibles spécifiques qui s'alignent sur nos activités et que nous sommes les mieux placés pour faire avancer - en travaillant avec d'autres entreprises, des décideurs politiques et des organisations de la société civile dans le monde entier.



Nous donnons accès à des aliments sains et à une éducation nutritionnelle, nous faisons des dons de nourriture, nous établissons des partenariats dans les communautés locales et nous nous approvisionnons auprès de petits fournisseurs de produits alimentaires diversifiés et durables.



Notre stratégie climatique encourage la production durable et contribue à réduire les déchets, et nous nous engageons à faire preuve de transparence en publiant des rapports.



Nous soutenons le bien-être mental par le biais de divers programmes, nous permettons l'éducation nutritionnelle de la communauté et nous offrons aux consommateurs des choix alimentaires sains.



Notre stratégie climatique souligne notre approche de la réduction des GES, y compris les initiatives qui nécessitent des changements et des adaptations significatifs de nos activités.



Nous garantissons des environnements de travail sûrs et créons des opportunités égales d'évolution de carrière pour nos employés, tout en apportant une valeur ajoutée à la communauté au sens large par le biais d'investissements.



Nous protégeons les océans en réduisant les plastiques à usage unique dans nos opérations et en achetant des produits de la mer provenant de sources qui maintiennent des écosystèmes marins sains, respectent les travailleurs et préservent les communautés.



Nous offrons l'accès à des programmes d'enseignement et de formation aux employés, et un soutien économique aux petits fournisseurs locaux et diversifiés, par le biais de notre service par le biais de nos approvisionnements.



Nos programmes de gestion des déchets, l'achat de produits durables à base de papier et l'utilisation de produits chimiques à faible impact écologique favorisent la conservation et la restauration.



# L'IMPACT SUR LES GENS

Notre plan de développement durable Bien être. Bien faire. place les gens en première place. Notre objectif est de favoriser l'équité et le bien-être de millions de personnes, y compris nos employés, nos clients et les communautés que nous servons. Dans un premier temps, nous reconnaissons et tenons compte du fait qu'il existe des avantages et des obstacles et que nos vies sont influencées par des clivages sociétaux de longue date qui peuvent affecter notre réussite et notre bien-être général.

Du point de vue de la gouvernance, notre Conseil exécutif de la diversité (CED) est présidé par notre PDG, avec la participation active des membres de notre équipe de direction et de notre conseil de direction élargi.

Notre directeur de la diversité et du développement durable et le vice-président de DEI fournissent des rapports périodiques à notre conseil d'administration concernant nos progrès dans l'exécution de notre stratégie. La mesure du travail du CED est revue périodiquement par notre conseil d'administration.

Notre stratégie de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI) repose sur trois piliers : la main-d'œuvre, le milieu de travail et le marché :

Notre objectif en matière de **main-d'œuvre** est de recruter, de conserver et de développer une main-d'œuvre qui reflète les communautés que nous servons.

Notre objectif à l'égard des **milieux de travail** est de créer une culture de communauté et d'inclusion par le biais du travail de nos Groupes de ressources des employés (GRE) et de notre réseau d'alliés, du renforcement des capacités et d'un engagement significatif des dirigeants avec les employés.

Notre objectif concernant le **marché** est de créer de la valeur en établissant des partenariats avec des fournisseurs diversifiés, en s'engageant auprès de la communauté et en fournissant des produits et services culturellement pertinents.

# L'ENGAGEMENT DE NOTRE PERSONNEL

Faire passer nos employés en premier signifie offrir des opportunités de développement et d'avancement, favoriser une culture de santé et de bien-être, et chercher à obtenir des informations afin de comprendre l'expérience vécu par le personnel d'Aramark.

## LES FEMMES ET LE LEADERSHIP

Notre succès dans la prestation de services de la plus haute qualité peut souvent être attribué à l'expertise spécifique de nos dirigeants, et Aramark a eu la chance de voir plusieurs femmes les plus brillantes et les plus compétentes de l'industrie assumer certains de nos rôles les plus importants.

Nous vous invitons à faire la connaissance de quelques-unes de nos précieuses coéquipières, dans ce dossier spécial sur les femmes et le leadership.



### BHAVANA GUPTA

Directrice générale, Aramark Central Canada

Bhavana Gupta travaille dans le secteur de l'hôtellerie depuis près de vingt ans, en commençant par son tout premier emploi chez Tim Hortons. En 2014, elle a obtenu une maîtrise en gestion de l'hôtellerie de l'université Cornell, et après sa graduation, elle s'est jointe à Aramark à notre siège social de Philadelphie, au sein de l'équipe d'excellence opérationnelle dans le domaine des sports et du divertissement.

Une partie de son rôle, que Bhavana a particulièrement appréciée, a été d'offrir son soutien lors d'événements spéciaux tels que la Rencontre mondiale des familles de 2015, la Convention nationale démocrate de 2016 et les MLB World Series de 2017, ce qui l'a aidée à réaliser sa passion pour les opérations de notre entreprise.

Depuis novembre 2017, elle travaille avec la division Enseignement supérieur d'Aramark Canada, en commençant par le poste de directrice adjointe du service alimentaire à l'Université de Toronto, jusqu'à son rôle actuel de directrice de secteur résidente à l'Université York.

« Il est passionnant de travailler dans une université, dans un environnement à l'avant-garde du changement social. Diverses considérations liées à la diversité, à l'équité et à l'inclusion se sont non seulement imprégnées dans ma conscience, mais ont également influencé positivement mon style de gestion. »



## CORRIE BIRD

Directrice de la technologie numérique, Aramark Canada

La carrière en marketing de Corrie a débuté en 2005 chez Hunter Douglas, où elle a acquis une vaste expérience du marketing de haut niveau dans le domaine de la mise en marché, de l'impression traditionnelle et des plateformes de communication numériques, y compris les médias sociaux. Elle s'est jointe à Aramark en 2015 en tant que responsable du marketing pour le secteur de l'enseignement supérieur, apportant à la fois son expérience en matière de services alimentaires et de marketing pour améliorer les opérations de restauration sur les campus. Elle est ensuite passée à la gestion des programmes de marketing pour un secteur, puis pour une région en Ontario, avant de se hisser à la tête des solutions technologiques destinées aux clients à l'échelle nationale.

Corrie aime vraiment donner vie aux innovations du marché, en travaillant avec les équipes opérationnelles et nos clients, pour soutenir une variété de segments à travers le Canada. Elle dirige d'importants projets technologiques d'entreprise, tels que la solution d'application mobile, l'affichage numérique interactif, la robotique alimentaire et les systèmes de point de vente.



Ce rôle me donne l'occasion d'être à la fine pointe dans la façon dont les services sont fournis aux consommateurs. Bien que l'expérimentation des toutes dernières solutions technologiques puisse certainement me tenir en haleine, il est très gratifiant de découvrir de nouvelles applications et d'améliorer l'expérience de nos clients. »



## Un entretien avec notre directrice des relations avec les autochtones, AMY ROSE

### ***Y a-t-il eu des moments déterminants dans votre vie qui expliquent votre passion pour les objectifs de réconciliation?***

Ma mère était mon inspiration et mon modèle. C'était une consultante en affaires autochtones dans le monde qui avait réussi. Au cours de ma troisième année d'université, ma mère m'a engagée comme consultante junior afin de travailler à ses côtés pour animer des ateliers de développement économique autochtone dans toute la Colombie-Britannique. Nous avons passé beaucoup de temps dans les communautés autochtones, nous efforçant de comprendre leurs besoins en matière de développement économique, afin de créer des politiques et des structures de gouvernance. Ces expériences m'ont appris que lorsqu'on travaille avec des communautés autochtones, il faut prendre le temps. Les peuples autochtones avancent aussi vite que la confiance se bâtit, et vous ne pouvez pas établir la confiance sans prendre le temps. C'est le fait de travailler aux côtés de ma mère qui a éveillé ma passion.

### ***Avez-vous déjà reçu des conseils de femmes leaders fortes que vous avez connues et qui vous ont inspirée pour surmonter les obstacles auxquels vous avez été confrontée ?***

Les conseils de ma grand-mère sont toujours cohérents. Elle dit « envoyez de l'amour, reconnaissez et donnez de la gratitude. Visualisez ce que vous voulez atteindre et remerciez pour ce qui vous a été offert ». J'ai entendu beaucoup d'histoires différentes pendant le temps que j'ai passé avec les

ainés autochtones, mais le message sous-jacent est souvent le même : soyez reconnaissants. Lorsque vous êtes sous la douche, remerciez l'eau qui nettoie votre corps. Lorsque vos pieds sont sur le sol, exprimez votre gratitude à la terre. Et remerciez l'air pur que nous pouvons respirer. Ce sont ces rappels qui m'aident à me situer dans le contexte plus large de la vie, du travail et de l'équilibre. L'intégration de ces enseignements sur l'environnement et le développement durable est devenue un impératif commercial pour toute l'industrie.

### ***Grâce à vos connaissances, un grand nombre d'organisations seraient ravies de vous avoir dans leur équipe. Pourquoi avoir choisi Aramark?***

Au cours de mes 13 années d'expérience dans le domaine des relations avec les autochtones, j'ai travaillé dans des cabinets-conseils, des gouvernements, des organismes sans but lucratif et dans l'industrie, mais ce qui m'a le plus attiré chez Aramark, c'est d'abord l'engagement, au plus haut niveau, à l'égard de l'amélioration continue des relations avec les autochtones, sur la base de leur certification PAR Gold auprès du CCAB. Il est entendu que nous allons explorer de nombreux partenariats et des modèles d'affaires différents avec une grande variété de communautés et d'organisations, chacune ayant ses propres besoins et des perspectives uniques. Et je dois dire que la volonté avec laquelle la formation LE PARCOURS sur les peuples autochtones au Canada a été adoptée par l'ensemble de l'organisation témoigne de la personnalité des membres de notre équipe et de la culture de l'entreprise dans son ensemble.





**130**  
DE NOS DIRIGEANTS  
LES PLUS SENIORS  
ONT DÉJÀ COMPLÉTÉ LA  
FORMATION LE PARCOURS



## Le parcours

Votre voyage au sein  
du Canada autochtone

## LA FORMATION

### Encourager la diversité, l'équité et l'inclusion

La sensibilisation est une étape essentielle pour créer une culture de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI) sur le lieu de travail, et la dernière année regorge d'exemples témoignant des progrès que nous avons accomplis dans la poursuite de cet objectif. Nous avons organisé des réunions publiques consacrées à l'éducation à la culture DEI, présenté des vidéos et intensifié nos communications numériques sur le sujet. Nous avons mis en place une nouvelle plateforme de ressources internes où nos employés peuvent s'informer sur la culture DEI, son importance, son rôle et son impact, pourquoi elle est importante et quels sont nos engagements en tant qu'employeur.

L'année dernière, Aramark a mis l'accent sur la sensibilisation à la culture autochtone, en s'associant à NVision Insight Group Inc, la principale société de conseil autochtone du Canada, pour proposer un cours de formation en ligne sur la sensibilisation à la culture autochtone intitulé **Le parcours : Votre voyage au sein du Canada autochtone**. L'objectif de ce cours en ligne en cinq modules était de présenter les concepts fondamentaux, les moments historiques et des récits de l'histoire autochtone, pour ainsi mettre en évidence les luttes et les triomphes des peuples autochtones au Canada, dans le but de favoriser la sensibilisation à la diversité, à l'équité et à l'inclusion, en plus d'aider nos gestionnaires à devenir des leaders inclusifs.

De plus, Aramark a eu le plaisir de développer son programme de formation culinaire autochtone, en améliorant les menus actuels par l'ajout d'une cuisine d'inspiration autochtone comprenant plusieurs nouveaux plats adaptés à chaque région et aux ingrédients locaux durables.

Avec nos partenaires, le chef Joseph Shawana et l'Indigenous Culinary of Associated Nations (ICAN), nous avons pu franchir trois étapes importantes dans ce projet :

- 1. Le développement de recettes et de menus**
- 2. Des démonstrations culinaires et de la formation**
- 3. Une activité offrant l'expérience d'une cuisine autochtone organisée dans les sites de nos clients.**



## LE BIEN-ÊTRE ÉMOTIONNEL

### Un p'tit 15 minutes

Un p'tit 15 min est l'approche officielle d'Aramark pour encourager tous nos employés à prendre 15 minutes loin des appels téléphoniques, des ordinateurs et des téléphones intelligents pour se détendre, se concentrer sur la pleine conscience et les interactions sociales, en plus de récupérer du stress du travail.



### Les sessions de méditation

L'année dernière, l'équipe des ressources humaines d'Aramark a eu le plaisir d'introduire une nouvelle façon pour les employés de se revigorer, de se renouveler et de se rafraîchir! Avec l'aide de notre nouveau partenaire en matière de bien-être, MeditationWorks, les employés d'Aramark sont invités à participer à des sessions en ligne de 30 minutes en direct, afin d'apprendre à gérer leur stress et de mieux se concentrer. Ces sessions périodiques offrent non seulement à nos employés l'occasion de se déconnecter et prendre du recul pendant la journée, mais elles enseignent également des techniques efficaces pour atteindre une plus grande conscience et soulager le stress, que tous les membres de notre équipe peuvent transposer dans leur vie et utiliser en fonction de leur emploi du temps.





## myWorkLife

Cette année, Aramark a lancé son tout nouveau système de gestion des ressources humaines entièrement intégré, myWorkLife, dans toute l'organisation. En plus d'offrir une interface unique et plus efficace pour effectuer les tâches quotidiennes liées aux RH, myWorkLife comprend des fonctionnalités qui offrent un niveau de transparence accru aux employés, en leur donnant un meilleur accès aux systèmes. Ainsi, les membres de l'équipe peuvent facilement accéder à leurs informations personnelles et les mettre à jour grâce à des systèmes de soutien et d'orientation améliorés par des experts en ressources humaines. Les membres du personnel sont par le fait même en mesure de définir et de personnaliser leur parcours professionnel, et d'optimiser leurs propres plans de développement grâce à l'accès aux formations en libre-service.

Le système myWorkLife permet également aux responsables de reconnaître plus facilement que jamais les employés(ées) pour leurs performances exemplaires et leur cheminement de carrière, et aux membres de l'équipe de célébrer les événements de la vie de chacun. Le renforcement des liens entre collègues permet non seulement de constituer des équipes efficaces, mais aussi de renforcer le sentiment de communauté et de fierté dans notre travail, même à cette époque qui a imposé un plus grand isolement à tant de personnes..

## Le programme d'aide aux employés LifeWorks

Les programmes d'aide aux employés (PAE) sont souvent associés à des services de gestion de crise tels que les services de consultation, auxquels les employés ont tendance à accéder uniquement en cas de détresse. La plateforme LifeWorks d'Aramark est bien plus que cela. Les membres de notre équipe ont accès à des ressources qui leur sont utiles, même dans les meilleurs moments, que ce soit pendant les heures de travail ou bien au-delà.

En plus de notre bibliothèque d'articles, de podcasts et de vidéos qui fournissent des conseils sur les défis liés au travail, les employés peuvent facilement trouver des informations au sujet de la pleine conscience et du bien-être physique, des conseils liés à des défis communs tels que l'éducation des enfants ou l'abandon définitif du tabac. Les membres du personnel d'Aramark peuvent même profiter des avantages de faire partie de l'équipe, grâce à des offres de réduction exclusives pour le magasinage en général, les restaurants, les divertissements et les cartes de membres pour différentes activités.

Lorsque les choses se compliquent, des conseillers qualifiés sont toujours disponibles pour vous soutenir et vous guider. Mais quel que soit le défi, l'intérêt ou le style de vie, le PAE Lifeworks offre des services et des avantages pour tout le monde.

---

myWorkLife comprend quelques nouvelles fonctionnalités qui offrent un niveau de transparence encore meilleur pour les employés



## La mise à jour de la plateforme GRE

L'année dernière, nous avons lancé notre plateforme améliorée de groupes de ressources pour les employés (GRE) en ligne dans l'espoir que bon nombre de nos coéquipiers profiteraient de cette plus grande accessibilité, en se connectant avec des collègues qui partagent leurs antécédents et leurs expériences, et qu'ensemble ils construiraient des réseaux solides et productifs.

La participation a définitivement augmenté, et Aramark compte maintenant 267 inscriptions individuelles dans nos 11 GRE! Voici quelques exemples des façons significatives dont nos employés se connectent les uns aux autres, tout en travaillant ensemble pour éduquer le plus de monde possible chez Aramark au sujet de leurs puissants messages.

## EMPOWER

L'une des plaques tournantes d'Aramark au Canada, EMPOWER Canada, se concentre passionnément sur la création de lieux de travail et de communautés plus équitables. L'année dernière, ce GRE a honoré et célébré des femmes pionnières, transformatrices et autonomes qui font preuve de résilience, d'innovation et de détermination par le biais de diverses initiatives/événements. Voici quelques faits saillants :

- Sensibilisation et publication du premier bulletin électronique canadien célébrant le mois de l'histoire des Noirs.
- Organisation d'événements pour commémorer la Journée internationale de la femme (JIF) et le mois de l'histoire des femmes, afin de créer un mouvement de sensibilisation à l'égalité des femmes partout dans le monde.

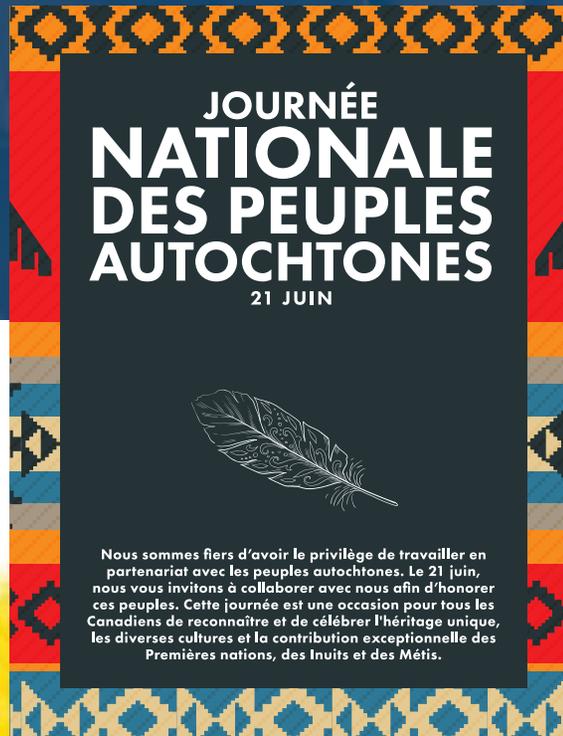


Les capteurs de rêves sont originaires de la tribu Ojibwé. Leur but est **d'attraper les pensées nuisibles ou les mauvais rêves et de vous protéger avec des pensées positives durant votre sommeil.**

## Le soleil Levant

Les membres de l'ERG qui se consacrent à la célébration de l'héritage et de la culture des peuples autochtones ont été très occupés cette année, alors qu'ils ont rejoints leurs collègues dans toute l'organisation avec de l'information et des ressources conçues pour nous aider tous à mieux comprendre l'évolution du Canada et à reconnaître certains des événements nationaux les plus importants de l'année.

La Journée nationale des peuples autochtones du Canada est célébrée le lundi 21 juin. Il s'agit d'une journée pour souligner l'histoire, la culture et la contribution des Premières nations, des Métis et des Inuits d'un océan à l'autre et, dans le cadre de notre engagement envers une culture qui embrasse la diversité, l'équité et l'inclusion, nous encourageons la participation des membres de l'équipe d'Aramark à travers le pays.



## JOURNÉE NATIONALE DES PEUPLES AUTOCHTONES

21 JUIN

Nous sommes fiers d'avoir le privilège de travailler en partenariat avec les peuples autochtones. Le 21 juin, nous vous invitons à collaborer avec nous afin d'honorer ces peuples. Cette journée est une occasion pour tous les Canadiens de reconnaître et de célébrer l'héritage unique, les diverses cultures et la contribution exceptionnelle des Premières nations, des Inuits et des Métis.



Les peuples autochtones brûlent de la sauge pour purifier une personne ou un espace, et pour favoriser la guérison et la sagesse.





## LA SÉCURITÉ

Notre engagement à atteindre l'objectif **Cible zéro - aucun dommage pour les personnes ou l'environnement** - reste notre première priorité chez Aramark, et nous avons franchi des étapes très intéressantes l'année dernière dans la poursuite de cet objectif !

Les entorses et les foulures représentent la forme la plus courante de blessures au travail chez Aramark, c'est pourquoi nous avons récemment lancé une campagne ciblée pour prévenir ce type d'accidents. La campagne a été très fructueuse jusqu'à présent, comme l'indique la diminution réalisée du nombre d'incidences dans cette catégorie de 33 % par rapport à l'année dernière.

### Les allergènes

Offrir une expérience sécuritaire aux clients souffrant d'allergies est d'une importance capitale. Cette année, nous avons pris des mesures importantes pour aider nos équipes de service à respecter chaque protocole de sécurité dans les moindres détails.

Nous avons établi un partenariat avec **Allercheck** en tant que tierce partie indépendante, afin de faire certifier nos sites sécurisés contre les allergènes. Un projet-pilote teinté de succès dans deux sites est maintenant terminé et nous sommes prêts à passer à l'étape suivante de la mise en œuvre. Dans le cadre de ce processus, nous avons ajouté la personnalisation

de nos documents de communication sur les allergènes, ce qui permet à nos gestionnaires d'inclure plus facilement toute information spécifique au site qui pourrait être nécessaire pour présenter le message le plus clair possible aux clients.

### Une formation sur la sécurité

L'année dernière, nous avons lancé un tout nouveau programme de formation sur la sécurité pour nos responsables de première ligne, afin d'améliorer leurs connaissances et les sensibiliser aux procédures et ressources SAFE d'Aramark.

Nous avons également créé un réseau de **leaders de secteur en sécurité (LSS)** qui a non seulement relié nos leaders en sécurité à travers l'organisation et les a aidés à progresser vers notre objectif Cible zéro, mais leur a également offert une occasion de développement du leadership.

### Des normes parmi les plus élevées

Aramark est déjà un membre actif du **programme d'excellence en santé et sécurité de la CSPAAAT** et, cette année, nous avons lancé un plan pluriannuel visant à mettre en œuvre un **système de gestion de la santé et de la sécurité au travail** conforme à l'Organisation internationale de normalisation (ISO) - un cadre rigoureux connu sous le nom de Z45001-19 qui garantira que notre programme SAFE s'appuie sur les meilleures pratiques du monde entier.

DIMINUTION DE  
**33%**

DES ENTORSES ET DES  
FOULURES, NOTRE FORME  
DE BLESSURE LA PLUS  
COURANTE

# RESPONSABILISER LES CLIENTS À CONSOMMER SAINEMENT

Avec des programmes de restauration qui facilitent une alimentation saine, et avec des programmes de nutrition et de mieux-être qui soutiennent une culture de la santé et du bien-être, nous atteignons les objectifs d'impact sur la santé les plus élevés de l'industrie.



## NOURRISSEZ VOTRE POTENTIEL

En tant que plaque tournante de notre plateforme d'engagement des consommateurs, Nourrissez votre potentiel, notre site web [nourrissezvotrepotentiel.ca](https://nourrissezvotrepotentiel.ca) est notre source d'informations en ligne sur la santé et le bien-être. Au cours de l'année passée, nous avons enregistré le plus haut niveau d'activité de notre site, attirant des visiteurs du monde entier. En fait, un peu moins de la moitié de nos visiteurs étaient canadiens, 38 % venaient des États-Unis et 16 % de pays extérieurs à notre continent. La plupart des visiteurs se sont intéressés à notre page « Découvrir » pour apprendre à préparer des aliments qui contribuent au bien-être personnel et à la santé de la planète. Presque autant de personnes se sont connectées pour consulter nos recettes tendance, qui proposent autant des ingrédients achetés localement que des options à base de végétaux et respectueuses du climat, ou encore d'inspiration autochtone.

## QUE DE BONNES CHOSES

Le programme Que de bonnes choses est un outil d'orientation qui met en évidence les choix de menus « meilleurs pour la santé », contenant plus de légumes et de fruits, de grains entiers et de protéines maigres ou végétales, et moins de calories, de gras saturé et de sodium.

L'icône accrocheuse aide les consommateurs à repérer rapidement et facilement les choix plus sains, tandis que l'affichage communique des informations spécifiques sur la nutrition et la durabilité en lien avec l'article du menu.

Pour connaître l'ensemble des critères nutritionnels utilisés pour élaborer nos recettes « Que de bonnes choses », visitez le site [nourrissezvotrepotentiel.ca](http://nourrissezvotrepotentiel.ca).



### Faites les bons choix

Découvrir et choisir les bons aliments pourrait représenter pour vous un formidable tremplin contribuant autant à votre succès qu'à votre bonne santé.

Recherchez la variété de mets et produits **Que de bonnes choses**<sup>MC</sup> débordant d'ingrédients nutritifs, de légumes et de grains entiers, en plus d'être faibles en calories, en gras saturés et en sodium.

**25%**  
**DE NOS MENUS SONT**  
**QUE DE BONNES CHOSES<sup>MC</sup>**

\*25% des plats principaux dans nos divisions de restauration d'entreprise et d'enseignement supérieur.



### UNE SOURCE D'INSPIRATION @ NOURRISEZVOTREPOTENTIEL.CA

- Profitez d'idées et recettes saines provenant de nos chefs
- Inscrivez-vous à nos infolettres hebdomadaires livrées dans votre boîte de réception
- Parcourez les actualités nutritionnelles de nos diététistes et profitez de leurs conseils à mettre en pratique facilement
- Consultez nos blogues et découvrez-y de multiples nouveautés

nourrissezvotrepotentiel



## LES INGRÉDIENTS POUR UN AVENIR PLUS SAIN

EXPLOITEZ LE POTENTIEL DES ALIMENTS



Pour en savoir plus sur les ingrédients d'aujourd'hui qui contribuent à un avenir plus sain, rendez-vous sur

**NOURRISSEZVOTREPOTENTIEL.CA**



## LES INGRÉDIENTS POUR UN AVENIR PLUS SAIN

Distinguer les informations nutritionnelles crédibles de celles qui ne le sont pas peut s'avérer difficile. Les signaux d'alarme dont il faut se méfier : les affirmations qui promettent une « solution rapide », qui ne sont pas appuyées par des sources fiables ou qui semblent trop belles pour être vraies. Pensez à être un consommateur informé, curieux et sceptique!

*Jane Skapinker, RD*

## LE MOIS DE LA NUTRITION

En mars dernier, à l'occasion du mois de la nutrition, Aramark a mené une campagne intitulée « Les ingrédients pour un avenir plus sain ». Cette campagne encourageait les consommateurs à faire des choix alimentaires durables, en plus de créer des systèmes alimentaires qui tiennent compte non seulement de la santé des individus, mais aussi de celle de la communauté et de la planète.

Tout au long du mois de mars, des sites de tous les secteurs d'activité ont souligné le mois de la nutrition à leur manière! Par exemple, l'Université Queen's a célébré le Mois de la nutrition en organisant un événement de dégustation surprise tous les vendredis au Leonard Dining Hall, tandis que les diététistes professionnels à Bethany Calgary ont organisé un événement interactif tous les lundis pour promouvoir le Mois de la nutrition auprès des résidents et du personnel. Nous avons également diffusé sur les médias sociaux des conseils pour une alimentation saine offerts par nos diététistes, de même que des recettes nutritives de nos chefs cuisiniers.

## Les mercredis mieux-être

Un pilier important de notre campagne Nourrissez votre potentiel est d'éduquer les communautés du campus afin de créer une base de connaissances qui permet de se nourrir en toute connaissance de cause et de faire des choix alimentaires éclairés. À ce titre, plusieurs de nos diététistes fournissent des renseignements pratiques et fondés sur des données probantes en matière de nutrition et de mieux-être dans le cadre des événements invitants et éducatifs « Les mercredis mieux-être ».

Par exemple, à l'Université de l'Alberta, notre diététiste a organisé un jeu-questionnaire pour sensibiliser les étudiants au gaspillage alimentaire au Canada. Les participants ont reçu des pailles réutilisables et ont été encouragés à consulter notre campagne sur les médias sociaux pour trouver des moyens uniques de réduire les déchets alimentaires.

Au collège Fleming, notre diététiste a partagé une série de messages sur les médias sociaux pour mettre en évidence les sujets d'actualité tels que l'alimentation axée sur les plantes, la réduction des déchets alimentaires, la cuisine de récupération et la création de systèmes alimentaires durables.

« La cuisine de récupération, en particulier la préparation d'un amusant gâteau au chocolat à la peau de banane, était un concept nouveau pour beaucoup de membres de notre communauté! »

- Clare Barker,  
diététiste



C'était une excellente façon d'entrer en contact avec les étudiants et de discuter des mesures que nous pouvons prendre pour réduire le gaspillage alimentaire dans les salles à manger tout en tenant compte des impacts à plus grande échelle! »

- Krishna Shah, diététiste



Kristen Simonds, Directrice, santé et mieux-être, évalue les recettes à inclure dans le programme PLUS.

## REPORTAGE

# LES INNOVATIONS EN MATIÈRE DE MENUS POUR LES SLD

## Programme de restauration pour les personnes âgées

Notre mission est de fournir des expériences exceptionnelles à la communauté des personnes âgées, en s'intégrant parfaitement à la communauté elle-même. Grâce à la mise en œuvre de technologies innovantes et d'activités d'engagement soigneusement planifiées, nos équipes hautement qualifiées sont en mesure d'assurer la sécurité, la santé et la satisfaction des résidents à tous les niveaux.

## LE PROGRAMME PLUS

Afin de mieux servir nos populations les plus vulnérables, nos chefs et diététistes du Centre d'innovation culinaire d'Aramark ont élaboré les choix de menus PLUS - notre programme alimentaire amélioré. Ces choix de menu offrent une plus grande densité nutritionnelle dans des portions mieux adaptées aux appétits diminués, ce qui illustre parfaitement l'approche « l'alimentation d'abord ».

Les choix de menu PLUS sont améliorés en utilisant des protéines végétales et des ingrédients laitiers

dans toutes les catégories d'aliments, y compris les boissons, les légumes, les soupes, les produits à texture modifiée et même les desserts. Chaque choix de menu PLUS nouveau et innovant a été créé non seulement pour être nutritif, mais aussi pour être délicieux et réconfortant. Notre équipe culinaire entame le processus créatif PLUS en gardant à l'esprit la saveur et la qualité, en soumettant chaque concept de recette innovante à l'évaluation d'une équipe de diététistes, en fonction de critères fondés sur des données probantes. Pour qu'une recette soit considérée comme PLUS, elle doit répondre à nos critères en ce qui concerne les quatre nutriments clés suivants : — Calories, protéines, fibres et calcium. Une fois confirmée comme recette PLUS approuvée, l'article est intégré au programme de nutrition améliorée PLUS, ce qui permet à nos équipes de soins de santé de les ajouter en tant qu'intervention nutritionnelle personnalisée ou en tant qu'article de menu pour tous.





Debbie Martinussen, directrice du développement des menus pour les soins de santé, montre au président d'Aramark Canada, Andy Siklos, les progrès réalisés par ses équipes dans le cadre des tests de recettes IDDSI.

## INITIATIVE INTERNATIONALE DE NORMALISATION DES RÉGIMES ALIMENTAIRES POUR LA DYSPHAGIE

L'initiative internationale de normalisation des régimes alimentaires pour la dysphagie ou IDDSI (International Dysphagia Diet Standardization Initiative) est un nouveau cadre mondial qui assure la cohérence de la terminologie et fournit des définitions pour classer les aliments à texture modifiée et les liquides épaissis destinés aux personnes atteintes de dysphagie. La dysphagie est un terme utilisé pour décrire les difficultés de déglutition et elle touche des personnes de tous âges, de tous les milieux de soins et de toutes les cultures. (<https://iddsi.org/framework>)

Afin d'assurer la transition entre nos recettes actuelles à texture modifiée et les nouvelles recettes approuvées par l'IDDSI, nos diététistes et nos chefs spécialisés en développement culinaire ont passé d'innombrables heures à tester et à évaluer nos menus pour vérifier leur conformité aux critères de l'IDDSI.

Tout en travaillant pour s'assurer que les produits que nous servons sont appropriés sur le plan de la qualité, de la performance dans l'application et du goût, notre équipe de projet IDDSI a fait de précieuses découvertes qui ont depuis été utilisées pour servir les personnes atteintes de dysphagie mieux que jamais. Par exemple, il a été reconnu dès le début du processus d'essais que l'ajout d'une petite quantité de protéines d'origine végétale aux mets en purée améliorerait de façon constante et fiable la conformité aux critères de l'IDDSI, tout en apportant un élément nutritionnel amélioré qui n'était pas offert dans les recettes originales. Par la même occasion, les recettes à base de plantes ont permis de réduire l'empreinte carbone globale de notre menu, offrant ainsi une véritable situation gagnant-gagnant pour nous, nos clients du secteur de la santé et les résidents que nous servons.





**\* 36%**

**DE NOS MENUS  
SONT VÉGÉTARIENS  
OU VÉGÉTALIENS**

**\* 21%**

**DE NOS MENUS  
SONT À BASE DE  
VÉGÉTAUX**

\*Dans nos divisions de restauration  
d'entreprise, d'établissements de santé  
et d'enseignement supérieur.



## CONCEPTION DE MENUS À BASE DE VÉGÉTAUX ET SAISONNIERS

Notre équipe de diététistes, de spécialistes du développement durable et de chefs cuisiniers travaille en étroite collaboration pour créer des menus à faible impact sur le climat, qui mettent également l'accent sur la santé et la nutrition. Nous nous concentrons notamment sur la création de menus saisonniers qui mettent en valeur le meilleur de ce qui est cultivé et récolté à différents moments de l'année - sans sacrifier l'équilibre entre l'aspect nutritionnel, le goût et le confort. Le résultat de cette approche de l'ingénierie des menus axée sur les plantes est la création de recettes qui remplacent en douceur certains choix populaires classiques par des options tout aussi savoureuses, mais qui favorisent également une meilleure santé et une meilleure gestion de l'environnement. Et si certains peuvent penser qu'un menu à base de végétaux est trop limité en ce qui concerne la variété, nous sommes fiers de créer des menus frais et excitants qui incorporent des saveurs du monde entier ainsi que les favoris locaux.

# CONSTRUIRE DES COMMUNAUTÉS LOCALES

Le succès de notre entreprise repose sur notre capacité à être un membre solidaire et constructif de chaque communauté que nous servons, par le biais d'achats, d'embauches, de bénévolat et d'investissements.

## LES RELATIONS AVEC LES AUTOCHTONES

Aramark a franchi des étapes très importantes au cours de la dernière année pour atteindre son objectif d'avoir un impact positif sur les peuples autochtones du Canada. En 2021, nous avons présenté notre première politique de relations avec les Autochtones, qui exprime notre engagement à établir des relations solides et productives avec les communautés des Premières nations, des Inuits et des Métis.

C'est dans cette foulée que Amy Rose a joint notre équipe en tant que première directrice des relations avec les autochtones. Elle est chargée de planifier et de superviser nos progrès dans le cadre d'initiatives telles que l'approvisionnement

**Grâce à notre partenariat avec CreeQuest, nous avons investi plus de 700 000 \$ dans ces communautés autochtones dans une grande variété de projets :**

auprès d'entreprises appartenant à des autochtones, l'investissement communautaire, l'embauche et la rétention, et même le développement culinaire.

Alors que nos partenariats avec les entreprises de ressources naturelles continuent de se développer dans certaines des régions les plus éloignées du Canada, où de nombreuses Premières nations ont prospéré depuis des millénaires, Aramark s'engage à s'assurer que notre impact sur ces communautés est entièrement positif.

L'une des façons d'atteindre cet objectif est notamment de maximiser les possibilités d'emploi.

Nos équipes actuelles de services en régions éloignées sont composées de représentants de nombreuses communautés autochtones, notamment Attawapiskat, Fort Albany, Kashchewan, Constance Lake, la Nation métisse de l'Ontario, ainsi que les communautés mentionnées ci-dessus avec lesquelles nous travaillons par l'entremise de CreeQuest.

Nation Taykwa Tagamou

**270 203\$**

- Programme alternatif d'éducation pour adultes autochtones
- Programme culinaire KL Gold
- Terre de guérison culturelle et spirituelle

Première Nation Moose Cree

**226 000\$**

- Cérémonie de Sundance
- Programme John Delaney pour les jeunes
- Parrainage de la petite LNH
- Projet de terrain de baseball

Première Nation Wahgoshig

**220 000\$**

- Terrain de basketball
- Programme alternatif d'éducation pour adultes autochtones

**Total 716 203\$**



L'ANNÉE DERNIÈRE,  
NOUS AVONS INVESTI

**1 085 951\$**

**AUPRÈS D'ENTREPRISES  
AUTOCHTONES AU CANADA**

NOTRE OBJECTIF EST D'AUGMENTER  
CES INVESTISSEMENTS D'AU MOINS  
**10%** CHAQUE ANNÉE



## La Première Nation de Long Lake #58 et Greenstone Gold

Aramark a une longue histoire de partenariats mutuellement bénéfiques avec des groupes autochtones à travers le pays. Notre coentreprise unique avec la Première Nation de Long Lake #58 pour le projet de la mine d'or Greenstone est un exemple de l'importance que nous accordons à la satisfaction des besoins des communautés spécifiques que nous servons. Après avoir travaillé avec le conseil de Long Lake #58 pour comprendre leurs priorités, nous avons créé un plan qui offrirait aux membres de la communauté des opportunités identifiées par la communauté elle-même comme étant de la plus grande valeur. Notre plan de participation est vaste et se concentre sur ces quatre priorités :

- La formation et le développement
- L'emploi
- Les opportunités commerciales
- Les investissements dans des initiatives portant sur le patrimoine.

## Le programme Pre I PARE

Offert deux fois par an, ce programme de certificat rémunéré de neuf semaines a été conçu pour faciliter l'intégration des membres de la communauté dans la vie du camp minier grâce à un horaire de travail progressif et rotatif. En mettant l'accent sur les nouveaux venus sur le marché du travail, les candidats qui terminent le programme bénéficient d'avantages tels que l'accès au mentorat et l'engagement de travailler avec au moins un autre membre de la même communauté sur leur lieu de travail. Ils acquièrent également les connaissances et les compétences nécessaires pour travailler avec nous dans différents rôles, permanents ou saisonniers.

DEPUIS 2017  
**LES PREMIÈRES  
NATIONS**  
REPRÉSENTENT EN MOYENNE

**39%**

DE NOTRE MAIN-D'OEUVRE  
EN RÉGIONS ÉLOIGNÉES



Chef Joseph Shawana

## LES HISTOIRES AUTOCHTONES À TRAVERS LA NOURRITURE

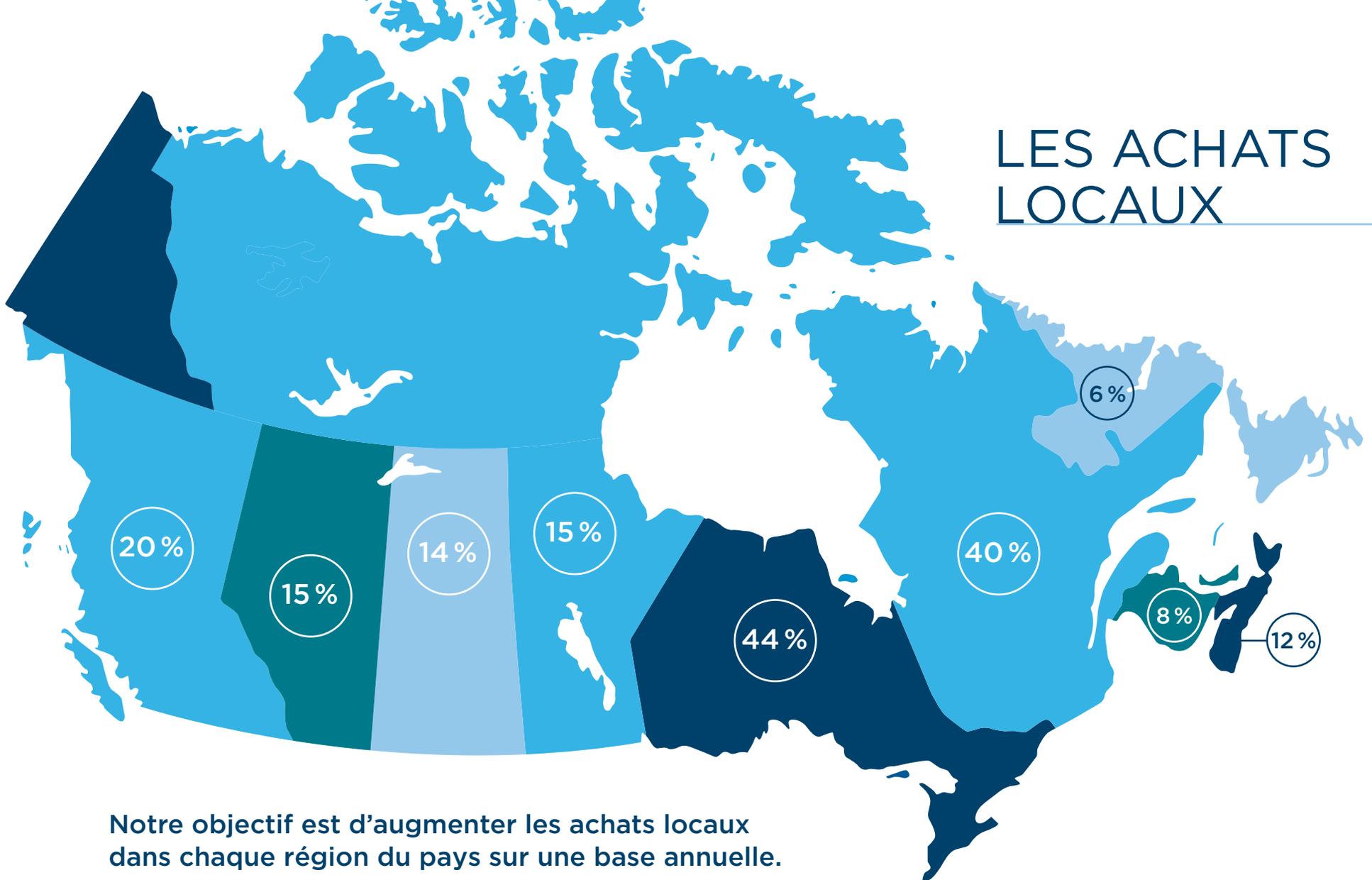
Les 23 et 24 mars derniers, l'université Queen's a accueilli le chef Joseph Shawana, président du conseil d'administration de l'Indigenous Culinary of Associated Nations, pour un événement spécial célébrant une tradition chère à de nombreuses cultures autochtones du Canada : l'art de raconter des histoires par la nourriture.

Le chef Shawana, qui est également professeur à l'école d'hôtellerie, de tourisme et d'arts culinaires du Centennial College à Toronto, a donné le coup d'envoi de l'événement par une séance de formation culinaire au cours de laquelle il a partagé des enseignements sur les fondements des systèmes alimentaires autochtones, l'importance de l'histoire des ingrédients et les techniques de cuisson appropriées pour produire des recettes autochtones. Au fur et à mesure de la préparation des aliments, les participants ont eu la possibilité de partager l'expérience en dégustant les plats préparés par le chef Shawana.

Les événements de ce type sont importants pour le Chef Shawana, à la fois sur le plan culinaire qu'en tant que leader de la communauté autochtone, car ils donnent aux jeunes l'occasion d'acquérir des compétences utiles dans la vie courante, tout en découvrant la culture autochtone.



# LES ACHATS LOCAUX



**Notre objectif est d'augmenter les achats locaux dans chaque région du pays sur une base annuelle.**

Dans l'ensemble des provinces, nos résultats globaux ont été positifs. Dans l'Ouest, la Colombie-Britannique et l'Alberta sont restées au même niveau que l'année précédente, tandis que le reste des Prairies a réalisé un gain important, autant pour le Manitoba que pour la Saskatchewan. Dans le centre du Canada, nous avons obtenu une augmentation des achats d'articles produits en Ontario et au Québec. Et dans les provinces de l'Est, les achats locaux ont légèrement diminué en raison de certaines fermetures d'entreprises provoquées par la pandémie.

Nous restons déterminés à soutenir les entreprises locales par le biais des achats, et nous continuerons à rendre compte de nos progrès à travers le pays.



## BIOENTERPRISE

L'innovation dans les technologies alimentaires et agricoles est en évolution rapide. De nouveaux produits et de nouvelles entreprises émergent constamment avec des idées fraîches, notamment sur la façon d'améliorer notre système alimentaire, comme la régénération des sols, les méthodes pour maximiser le rendement des cultures et produire des ingrédients savoureux avec des profils plus sains.

**C'est dans cet esprit qu'Aramark Canada est la toute première entreprise du secteur de la gestion de services à devenir un commanditaire corporatif de Bioentreprise.**

Connu comme le plus grand moteur de la technologie alimentaire et agroalimentaire au Canada, Bioentreprise est un réseau d'entrepreneurs, d'accélérateurs et de partenaires de services qui s'engagent à stimuler l'innovation dans les technologies liées à l'alimentation dans tout le pays.

Notre parrainage nous donne accès à leur vaste réseau de centaines d'entreprises dans toutes les régions du pays, qu'il s'agisse de jeunes entreprises ou d'entreprises bien établies, ce qui nous permet d'évaluer comment certaines de ces entreprises peuvent soutenir les communautés dans lesquelles nous et nos clients sommes si bien implantés. Cela nous donne l'occasion de devenir des acteurs du changement dans le système alimentaire canadien, en intégrant certaines des améliorations les plus prometteuses.

**Pour nous, c'est beaucoup plus qu'une mission de découverte.**

Plutôt que d'attendre que la prochaine innovation passionnante dans la production alimentaire locale arrive sur le marché, nous aidons activement les innovateurs eux-mêmes en parrainant leur croissance et leur accès au marché par le biais de la chaîne d'approvisionnement.

## KOR FOODS

Paul Gill de KOR Foods est justement l'un des innovateurs passionnants que Bioentreprise nous a présentés. Paul et son équipe ont créé une farine de boulangerie qui peut augmenter la quantité de protéines et de fibres dans une recette, tout en diminuant les glucides par rapport à la version de la même recette préparée avec de la farine blanche ordinaire. Ils ont également mis au point une option de blé plus saine, sans OGM et provenant de manière éthique de fermes canadiennes. Un produit comme celui de Paul nous permet d'explorer des moyens d'augmenter la valeur nutritionnelle de nos recettes, sans sacrifier la haute qualité des aliments que nos clients attendent de nous, tout en réduisant notre impact sur l'environnement, en maximisant l'utilisation de protéines végétales.



« Plus que jamais, les consommateurs cherchent des moyens d'améliorer la santé de leur corps et de la planète, et notre produit leur permet de faire les deux. Nous sommes ravis de travailler avec Aramark Canada pour trouver des applications de menu dans l'ensemble de leur entreprise, en particulier dans les institutions publiques telles que les hôpitaux et les écoles. »

- Paul Gill, KOR Foods





## JOURNÉE ABC

Grâce à notre programme mondial de bénévolat et de philanthropie, Aramark, bâtisseur de communautés (ABC), nous développons des partenariats avec des organisations qui se consacrent à avoir un impact positif sur les personnes et la planète. Parfois, nos initiatives visent à fournir un soutien local par le biais de refuges et de centres communautaires, en soutenant ceux et celles parmi nos voisins qui pourraient avoir besoin d'un coup de main. Dans d'autres cas, nous recherchons des associations stratégiques avec des ONG ayant des aspirations nationales, voire mondiales, axées sur des causes telles que la justice sociale, l'insécurité alimentaire et la gestion de l'environnement, afin de maximiser le nombre de personnes que nous sommes en mesure d'atteindre. Nous versons environ 9 millions de dollars par an à des organisations à but non lucratif, par le biais d'Aramark Charitable Fund, de contributions d'entreprises et de nos activités. Tout au long de l'année, et pendant notre Journée ABC annuelle, des milliers de nos employés bénévoles travaillent à bâtir des communautés dynamiques et durables pour tous.



## JOURNÉE ABC — LE NETTOYAGE DES PLAGES EN COLOMBIE-BRITANIQUE

En Colombie-Britannique, une équipe d'employés d'Aramark a participé au Grand nettoyage du littoral canadien pour la Journée ABC 2022. Armée de gants, de sacs à ordures et de pelles, l'équipe s'est rendue à la plage de White Rock où elle a passé au peigne fin près de 6 kilomètres de rivage, ramassant les déchets en cours de route. Au total, l'équipe a retiré plus de 50 livres d'ordures et de déchets recyclables du rivage, composés notamment de plus de 60 récipients de boissons apportés au dépôt de recyclage, de récipients alimentaires, de tasses à café, de pailles, de mégots de cigarettes, d'une serviette et plus encore. Ce projet s'est avéré une excellente occasion pour l'équipe d'Aramark de tisser des liens entre eux, mais aussi avec les membres de la communauté qu'ils ont rencontrés le long du rivage durant ce nettoyage, qui ont beaucoup apprécié les efforts de notre équipe.





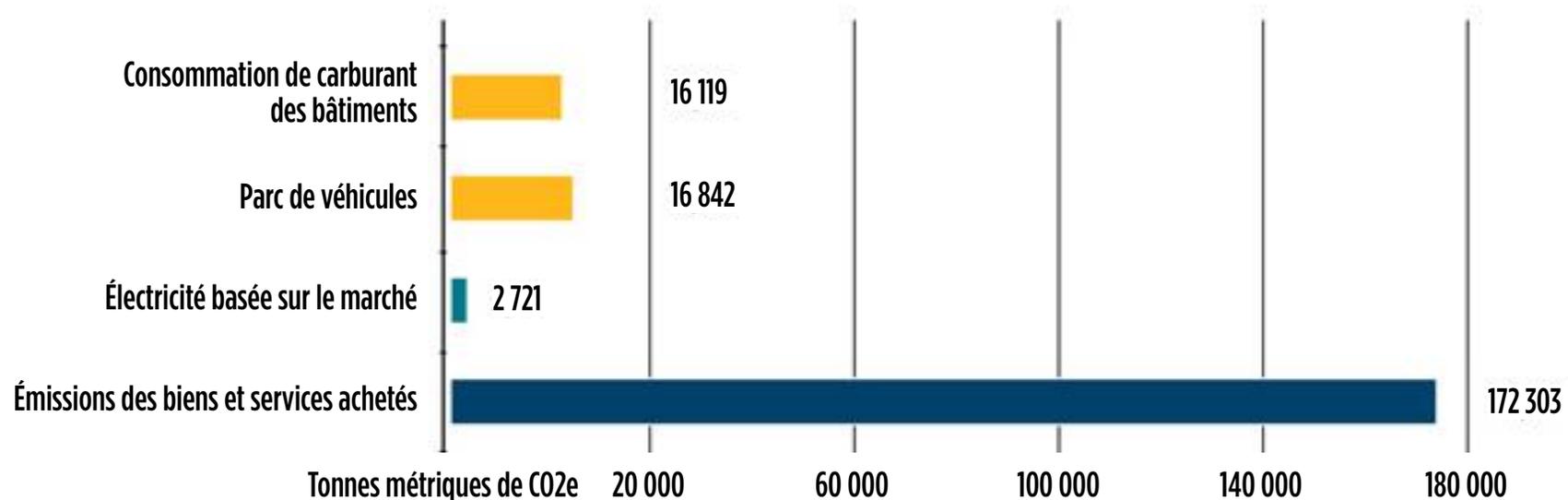
# L'IMPACT SUR LA PLANÈTE

Notre stratégie pour aider à protéger la santé de la planète pour les générations futures est carrément axée sur la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre, pour ainsi lutter contre les changements climatiques. Nous sommes très fiers des progrès que nous avons réalisés au cours de la dernière année, non seulement en effectuant la tâche monumentale de mesurer l'empreinte carbone de nos activités à travers le pays, mais aussi en rapport avec les objectifs concernant les initiatives déjà en place qui contribuent à réduire notre impact environnemental.

# L'IMPACT SUR LA PLANÈTE

Le succès de notre entreprise repose sur notre capacité à être un membre solidaire et constructif de chaque communauté que nous servons par le biais d'achats, d'embauches, de bénévolat et d'investissements.

## Les émissions de GES d'Aramark Canada



- PORTÉE 1 
- PORTÉE 2 
- PORTÉE 3 

Ce tableau présente l'inventaire des gaz à effet de serre (GES) d'Aramark Canada pour l'exercice 2021, comprenant les émissions de portée 1, 2 et 3. Les émissions de portée 1 sont des émissions directes provenant de sources possédées ou contrôlées, les émissions de portée 2 sont des émissions indirectes provenant de la production d'énergie achetée et les émissions de portée 3 sont des émissions indirectes qui se produisent dans la chaîne de valeur.

Nous continuons à travailler à l'expansion de notre inventaire de GES, afin d'inclure toutes les catégories pertinentes de portée 3.

Remarque : Le rapport CDP d'Aramark comprend des détails supplémentaires sur l'inventaire des GES de l'entreprise, y compris les émissions au Canada.

## INVENTAIRE DES GAZ À EFFET DE SERRE

Notre inventaire des GES nous aide à nous concentrer sur les domaines dans lesquels nous pouvons avoir un impact et à fournir des données transparentes à nos parties prenantes. Nous avons réalisé d'importants progrès dans l'analyse comparative de l'empreinte carbone de nos activités au Canada.

Pour la première fois dans ce rapport, nous divulguons les émissions de GES d'Aramark Canada pour les trois plus récents exercices financiers. Notre analyse comprend des données réelles dans la mesure du possible et suit les directives du Protocole des GES. Nous nous efforçons d'améliorer continuellement la qualité et la rigueur de nos processus de collecte et d'analyse des données et nous continuerons à déclarer les émissions par le biais du Rapport d'impact et du Carbon Disclosure Project (CDP).

## L'INITIATIVE SCIENCE BASED TARGETS

L'année dernière, Aramark a annoncé son engagement à fixer des objectifs basés sur des fondements scientifiques à l'échelle de l'entreprise visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES), conformément à l'initiative Science Based Targets (SBTi). Au cours des 18 prochains mois, Aramark élaborera ses objectifs conformément à la norme SBTi Net-Zéro, qui a été publiée en octobre 2021. Cette annonce confirme l'engagement de fixer un objectif à court terme fondé sur la science pour réduire considérablement les émissions de GES dans les 5 à 10 ans, ainsi qu'un objectif à long terme également fondé sur la science pour atteindre des émissions de GES nettes nulles dans la chaîne de valeur au plus tard en 2050.

Nous avons commencé à élaborer nos stratégies pour réduire nos émissions. Certaines initiatives consisteront à poursuivre ou à améliorer des programmes qui ont fait leurs preuves, tandis que d'autres seront tout à fait nouveaux pour nous et novateurs dans notre industrie. Bien entendu, avec une proportion aussi importante de notre empreinte associée à nos émissions de niveau 3, nous savons qu'un bon nombre de nos stratégies les plus efficaces viseront nos pratiques de gestion de la chaîne d'approvisionnement et d'achat, ainsi que les émissions générées par nos opérations dans les sites de nos clients.

### Émissions en valeur absolue au Canada (TONNES MÉTRIQUES DE CO2E)

EMISSIONS SOURCE	2021	2020	2019
<b>PORTÉE 1</b>			
<b>CONSOMMATION DE CARBURANT DES BÂTIMENTS</b>	16 119	18 925	22 114
<b>PARC DE VÉHICULES</b>	16 842	17 598	18 766
<b>PORTÉE 2</b>			
<b>ÉLECTRICITÉ BASÉE SUR LE MARCHÉ</b>	2 721	2 457	3 106
<b>PORTÉE 3</b>			
<b>ÉMISSIONS DES BIENS ET SERVICES ACHETÉS</b>	172 303	218 014	272 752

# DES APPROVISIONNEMENTS RESPONSABLES

C'est au sein de notre chaîne d'approvisionnement que se trouvent les meilleures possibilités d'exercer une influence positive sur les nombreux éléments environnementaux et sociaux du système alimentaire mondial.

## ECOVADIS ET LA COMPRÉHENSION DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Afin d'encourager une plus grande responsabilité sociale et environnementale dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement, il est d'abord impératif de mieux comprendre le paysage actuel de nos fournisseurs. Nous travaillons avec des milliers de fournisseurs représentant une grande variété de structures de propriété et de pratiques d'approvisionnement qui sont littéralement d'envergure mondiale. Rassembler les données nécessaires pour fixer des objectifs d'amélioration n'est pas une mince affaire. Mais, tout comme nous avons abordé la tâche

colossale de mesurer notre inventaire de gaz à effet de serre, nous sommes absolument déterminés à relever ce défi.

Nous progressons notamment grâce au programme d'évaluation de la durabilité des fournisseurs EcoVadis. Les fournisseurs de produits ou de services que nous souhaitons acquérir remplissent un questionnaire EcoVadis conçu spécifiquement pour le secteur d'activité du fournisseur, en répondant à des questions relatives à leurs politiques et procédures en

matière d'environnement, de main-d'œuvre, de droits de l'homme et de gestion de la chaîne d'approvisionnement.

La « fiche de rapport » qui en résulte nous donne un score que nous pouvons utiliser aux fins de comparaison avec les moyennes du secteur, et met en évidence les domaines spécifiques dans lesquels un fournisseur en particulier s'en sort bien ou peut s'améliorer. Ces informations nous aident à nous aligner sur les partenaires qui partagent nos valeurs et nos objectifs, et à utiliser notre pouvoir d'achat pour inciter les fournisseurs ayant obtenu des scores moins élevés à apporter des améliorations afin d'être considérés comme l'un de nos partenaires fournisseurs.

L'évaluation de notre chaîne d'approvisionnement mondiale plus large prendra du temps, mais nous avons commencé le processus sérieusement, ayant déjà contacté des centaines de nos partenaires dont les volumes sont les plus élevés. Nous sommes impatients de poursuivre le déploiement de ce programme, afin de favoriser un changement positif dans les pratiques d'approvisionnement et de production d'une grande variété de secteurs.



## LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX

Grâce à son siège au Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) en tant que membre associé, Aramark Canada continue de participer au processus de création des normes les plus élevées possible pour le bien-être des animaux utilisés en agriculture à travers le pays. Les codes de pratiques dictent les besoins spécifiques de chaque type d'animal élevé dans les fermes canadiennes, et nous avons la chance d'avoir accès à la perspective et à la direction des experts qui constituent ce forum.

**NOUS SOMMES EN BONNE  
VOIE POUR RESPECTER NOTRE  
ENGAGEMENT D'UTILISER 100%  
D'OEUF EN COQUILLE SANS CAGE  
D'ICI À LA FIN DE 2022, ET 100%  
D'OEUF LIQUIDES SANS CAGE  
D'ICI LA FIN DE 2025.**





L'un des objectifs de l'université est de créer une nouvelle génération de consommateurs consciencieux. La certification de la chaîne de contrôle d'Aramark auprès du Marine Stewardship Council (MSC) et de l'Aquaculture Stewardship Council (ASC) soutient non seulement notre mission de ne servir que des produits de la mer provenant de sources durables et vérifiées par une tierce partie, mais contribue également à sensibiliser l'ensemble de la communauté universitaire à l'importance cruciale de préserver la santé de nos océans. »

- Jennifer Pete  
Directrice, développement  
des affaires et communications  
Université Queen's

## L'EXPANSION DE NOTRE PROGRAMME DE PRODUITS DE LA MER DURABLES

Le programme de produits de la mer durables d'Aramark Canada pour notre secteur de l'enseignement supérieur continue d'être un trait distinctif dans l'industrie en matière d'approvisionnements responsables. Au cours de la dernière année, nous avons pu élargir considérablement notre programme avec l'aide de nouveaux partenaires prestigieux.

Plusieurs universités ontariennes, dont l'Université Queen's, l'Université Brock et l'Université de Toronto Mississauga, ont adhéré à notre programme de certification de la chaîne de traçabilité auprès du Marine Stewardship Council (MSC) et l'Aquaculture Stewardship Council (ASC), nous aidant ainsi à augmenter nos achats de produits de la mer vérifiés par des tiers et provenant de sources durables, en plus de promouvoir l'importance d'une industrie des produits de la mer qui tient compte de la viabilité sociale et environnementale.

Nous avons également progressé dans l'extension de notre engagement en faveur de l'achat de produits de la mer durables, afin d'inclure le thon, une catégorie d'une importance cruciale! Nous travaillons avec nos partenaires de distribution pour introduire ce produit dans les universités de toutes les régions du pays.



**70%**

**DES POISSONS SURGELÉS**

SONT CERTIFIÉS DURABLES  
PAR UNE TIERCE PARTIE



Nous sommes fiers de travailler avec Aramark sur une solution unique visant à introduire des produits issus du commerce équitable sur le marché des services alimentaires institutionnels. En tant que partenaire de confiance, nous partageons leurs objectifs de créer une chaîne d'approvisionnement plus responsable sur le plan social. »

-Tom Bak,  
directeur national des produits (Ventes CMU)  
Sysco Corporate Canada



C'est formidable de voir qu'Aramark cherche différentes façons d'intégrer des produits certifiés Équitables dans ses services. Equifruit a commencé modestement dans l'espoir de construire un modèle reproductible qui puisse être étendu à l'ensemble de leurs activités au fil du temps. »

- Kim Chackal,  
Directrice des ventes et du marketing, Equifruit

## DÉVELOPPER LE COMMERCE ÉQUITABLE

Aramark a travaillé avec plusieurs de nos clients partenaires canadiens au cours de la dernière décennie pour aider à promouvoir des pratiques commerciales plus équitables au sein de la chaîne d'approvisionnement mondiale. Pour nous, l'occasion de faire une différence se présente principalement à travers nos achats de produits de base clés tels que le café et le cacao, ainsi que par des messages aux consommateurs visant à accroître la demande de produits qui ont été mis sur le marché sans exploitation des agriculteurs et des travailleurs. Des organisations telles que Fairtrade Canada nous ont fourni les outils pour faire les deux, en utilisant les niveaux élevés de reconnaissance et de confiance du public dans leur marque, permettant ainsi de simplifier ce qui peut parfois être un enjeu économique international compliqué.

En partenariat avec Equifruit et Sysco Canada, nous pilotons une approche visant à introduire des bananes certifiées Équitables dans de nouveaux sites, en garantissant des volumes d'achat minimums chaque semaine, afin de maintenir une disponibilité constante pour nos clients pendant que l'infrastructure de cette chaîne d'approvisionnement spécifique est mise en place.

Nous espérons qu'en retirant une partie des risques des mains des producteurs, nous encouragerons un système où le commerce équitable devient la règle et non l'exception.

# RÉDUIRE LES DÉCHETS ALIMENTAIRES

La conservation des ressources et la réduction de l’empreinte environnementale associées à la production alimentaire constituent un élément essentiel de notre stratégie de lutte contre les changements climatiques.



**10 122 KG**  
**DE NOURRITURE**  
ONT ÉTÉ SAUVÉS AU COURS  
DE L’ANNÉE PASSÉE,

CE QUI ÉQUIVAUT À ÉVITER 35 885 KG  
D’ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

## LE PROGRAMME DE SAUVETAGE DES ALIMENTS

L’année dernière, nous avons été ravis d’annoncer un nouveau partenariat en cours avec **Second Harvest**, les experts canadiens en matière de récupération de restes de qualité auprès des services de restauration et de facilitation des dons aux bénéficiaires communautaires.

Le lancement du programme de sauvetage des aliments Food Rescue à travers le Canada plus tôt cette année a été un grand succès. Nous sommes extrêmement heureux d’annoncer que notre volume de dons d’aliments a plus que triplé par rapport à nos taux avant l’introduction du programme national! Encore aux premiers stades de cette initiative, nous sommes convaincus que ces chiffres continueront à augmenter et nous nous sommes engagés à maximiser l’engagement envers ce programme sur le terrain.

---

**766 619 KG**  
**DE DÉCHETS ALIMENTAIRES**  
**DÉTOURNÉS DEPUIS 2017**

---



Nous sommes très heureux qu'Aramark ait adopté l'utilisation à l'échelle nationale de l'application de sauvetage alimentaire de Second Harvest. La portée d'Aramark sur le marché canadien des services alimentaires institutionnels nous aidera à sauver un volume important de nourriture, qui aurait autrement été gaspillée, tout en fournissant des repas sains aux personnes de nos communautés qui souffrent d'insécurité alimentaire. »

- Winston Rosser,  
vice-président, Food Rescue

# RÉDUIRE LE PLASTIQUE ET LES EMBALLAGES

Nous mettons en œuvre des initiatives visant à réduire les articles à usage unique qui ne peuvent être détournés du flux de déchets dans nos services, notamment par des programmes de réutilisation, par des matériaux alternatifs et par l'élimination pure et simple.

## LE GUIDE DES PRODUITS COMPOSTABLES À USAGE UNIQUE

L'année dernière, notre équipe spécialisée en approvisionnements a lancé un nouvel outil fort intéressant pour nos équipes sur le terrain, qui permettra de réduire considérablement la quantité de déchets destinés aux sites d'enfouissement en tant que sous-produit de nos activités. Le Guide des emballages à usage unique fournit des alternatives entièrement compostables pour chaque unité d'emballage associée à l'une de nos marques exclusives! Lorsque le processus de compostage n'est pas possible, nous proposons des plastiques recyclables n° 1, 2 ou 5, afin d'assurer la compatibilité avec le programme municipal de gestion des déchets.



## PRÉSENTATION D'UN PROGRAMME PILOTE AVEC CANO

Aramark s'efforce d'aider nos consommateurs à atteindre leurs objectifs personnels d'éviter les emballages à usage unique grâce à une disponibilité accrue des programmes de contenants réutilisables. Au début de 2022, notre équipe de Concordia s'est associée à Cano, une entreprise montréalaise qui offre une solution clé en main pour remplacer les emballages à usage unique dans les cafétérias et les aires de restauration. Avec Cano, les clients achètent leur repas ou leur boisson dans un contenant sur lequel figure un code QR en dessous. Au moment du passage à la caisse, ils scannent le code QR sur leur téléphone portable. Après avoir terminé leur repas, il leur suffit de remettre le contenant dans les bacs de collecte.

Les contenants sont fabriqués en plastique durable et recyclable, lavés dans un lave-vaisselle commercial qui minimise la quantité d'eau et de produits de nettoyage utilisés. Chaque contenant remplace des milliers d'emballages jetables (selon l'analyse du cycle de vie - faite par le gouvernement du Québec - Analyse du cycle de vie (ACV) des tasses à café réutilisables et à usage unique (gouv.qc.ca).

## SIROTER PLUS INTELLIGEMMENT

Depuis le début de la pandémie, le secteur des services s'est tourné vers les articles à usage unique pour améliorer la santé et la sécurité de nos clients. Malgré cela, nous avons fait des progrès énormes dans l'élimination de l'utilisation inutile des plastiques à usage unique (PUU) tels que les pailles et les bâtonnets dans le cadre de notre stratégie de réduction et d'éducation Siroter intelligemment (Boire sans paille).

Nous avons commencé à travailler avec des fournisseurs de l'industrie de l'emballage pour tester des produits novateurs pour ce qui est des PUU, y compris les pailles, les couverts et une variété de récipients pour aliments et boissons, ainsi que des technologies pour le traitement sur place. La recherche de gains d'efficacité dans les programmes de gestion des déchets mis en œuvre par un grand nombre de nos clients est l'une de nos principales priorités pour les années à venir. Nous examinons les possibilités bien au-delà des limites de l'infrastructure traditionnelle qui existe depuis si longtemps dans nos municipalités.

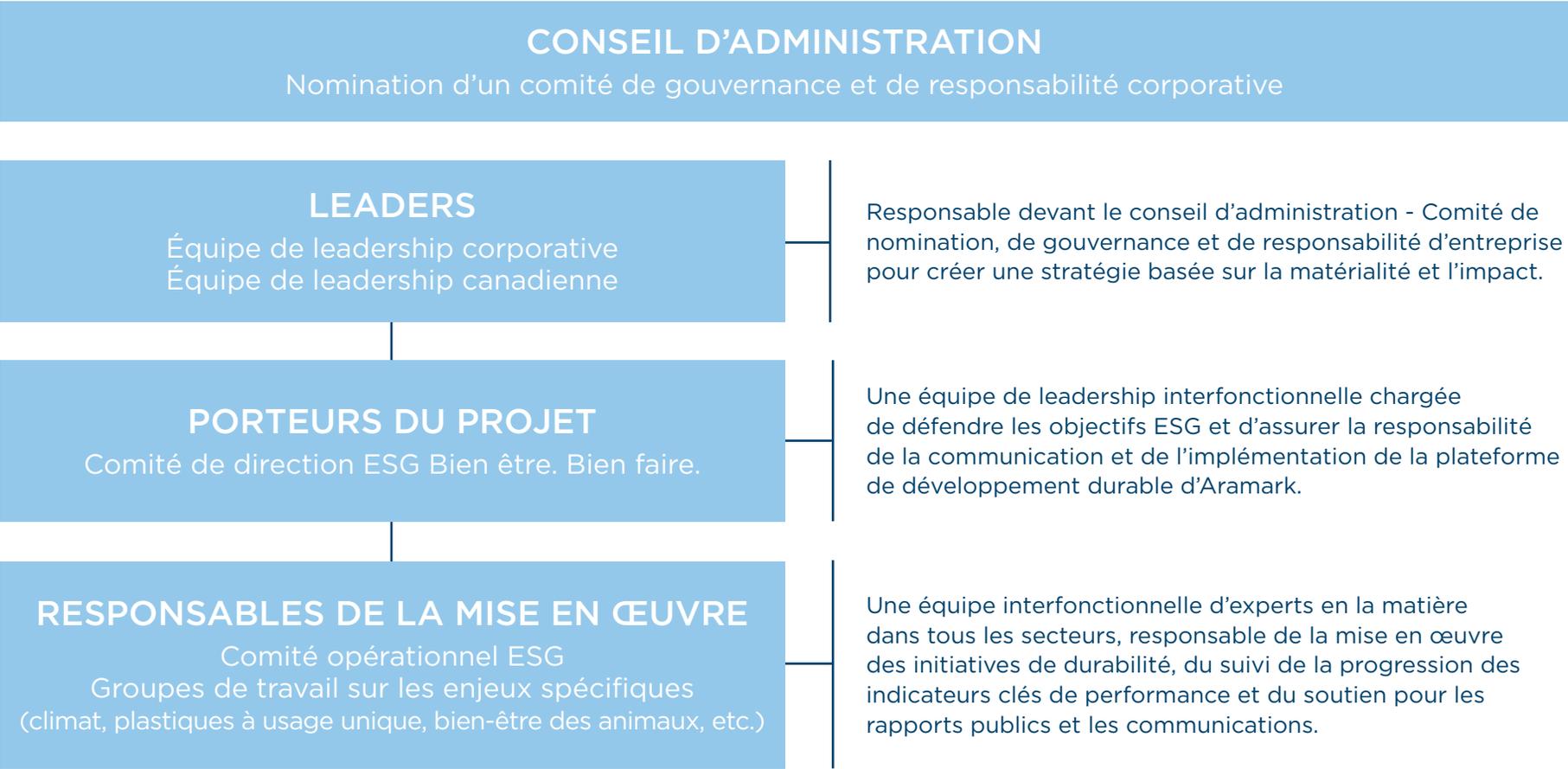




# LA SURVEILLANCE DES FACTEURS ESG

La structure qui régit la supervision de notre stratégie en matière d'enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) est conçue pour faciliter le leadership exécutif, favoriser la mise en œuvre et la responsabilité, et encourager la coordination interfonctionnelle. Pour les initiatives et les rapports d'envergure mondiale, elle commence par notre équipe de direction, sous la supervision du comité de nomination, de gouvernance et de responsabilité d'entreprise de notre conseil d'administration. Les mesures ESG sont liées aux fiches de performance des cadres et sont prévues pour être incluses dans le plan d'incitation annuel.

Au Canada, notre stratégie est guidée par notre Comité directeur ESG et exécutée grâce à un effort coordonné avec notre Comité opérationnel ESG et des groupes de travail sur des enjeux spécifiques.





Besoin de plus d'informations?

Michael Yarymowich | Directeur, développement durable | [C.yarymowich-michael@aramark.ca](mailto:C.yarymowich-michael@aramark.ca) | T. 647 265-1110