

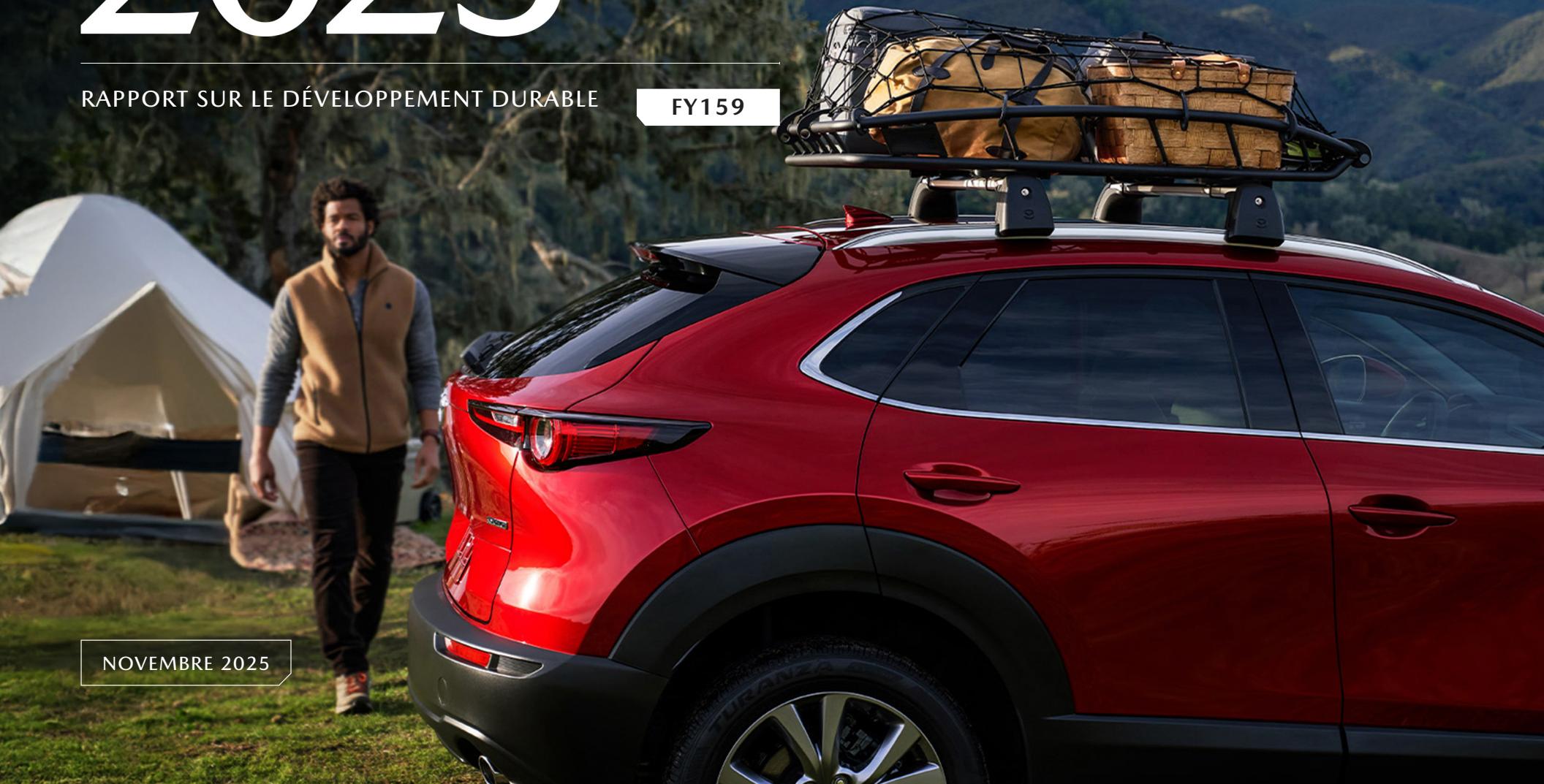


2025

RAPPORT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

FY159

NOVEMBRE 2025



RECONNAISSANCE DU TERRITOIRE

Les bureaux, les centres de distribution et les détaillants de Mazda Canada sont situés sur les territoires traditionnels des peuples des Premières Nations, Inuits et Métis partout au Canada.

Nous sommes reconnaissants de pouvoir y vivre, y travailler et en profiter.

Mazda Canada s'engage à toujours promouvoir l'apprentissage, à encourager la vérité et la réconciliation ainsi qu'à soutenir les communautés marginalisées.





TABLE DES MATIÈRES

01

INTRO

Un message de la présidente	06
À propos de ce rapport	08
À propos de Mazda Canada	08
4 Mazda Canada en un coup d'œil	08
Notre objectif	08
Notre approche	08
Réalisations récentes	09
Éthique et gouvernance	09

02

LES GENS

Soutenir la flexibilité	11
Prendre soin de la santé de nos employés	12
Soutenir nos efforts en matière de diversité, d'équité et d'inclusion	14
Formation, développement et reconnaissance	15
Favoriser un fort engagement des employés	16

03

LA SOCIÉTÉ

Des partenariats pour la prochaine génération	18
Redonner, tous ensemble	20
Élargir notre portée : programme Personnalités légendaires	20

04

LA TERRE

Prendre soin de la planète	24
Améliorer nos opérations	24
Un design axé sur le bien-être	25

01

INTRO





UN MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

Presque partout au Canada, vous pouvez conduire jusqu'à un endroit où la route s'étend vers l'horizon, où la terre touche le ciel. L'horizon nous inspire, parce qu'il définit la limite entre ce qui est visible maintenant et ce que nous imaginons au-delà.

Chez Mazda Canada, nous imaginons que l'horizon nous mène vers un avenir meilleur et plus durable où chaque être vivant peut s'épanouir.

Pour une troisième année, nous publions un rapport faisant le point sur nos progrès en matière de développement durable, et nous en sommes à une étape excitante de notre parcours. Le moment est propice pour faire une pause, repenser au chemin parcouru jusqu'ici et mettre à profit les leçons que nous avons apprises pour atteindre nos objectifs.

Pour nous, le bien-être a toujours été plus qu'une destination. C'est un principe qui nous guide, pour les communautés, la planète et la société dans son ensemble. Cet engagement se reflète dans notre philosophie de design et notre façon d'innover. Pour nous, conduire, ce n'est pas seulement un moyen de se déplacer, c'est également une question de joie et de connexion qui permet d'enrichir la vie dans son ensemble. À travers notre parcours de développement durable, nous veillons à nous assurer que cette joie peut être partagée pour des générations à venir.

Le véritable développement durable est possible uniquement si l'on prend soin de nos employés, de nos détaillants, de nos collectivités et de la planète sur laquelle nous vivons tous. Pour l'exercice financier 159 (avril 2024 à mars 2025), nous sommes fiers de constater que notre culture de bienveillance a eu une incidence positive sur le bien-être de nos gens, de la société et de la planète.

Ce rapport met en lumière la façon dont Mazda Canada soutient nos progrès tout en ayant toujours le bien-être à cœur. Nous avons posé des gestes délibérés pour continuer à avancer, allant de programmes novateurs en matière de bien-être pour les employés à des partenariats d'impact au sein de la communauté, en passant par des avancées technologiques en matière de développement durable au sein de l'industrie automobile. Avec chaque initiative, nous favorisons une culture d'équilibre, d'appartenance et d'espérance qui a une incidence mesurable sur les gens et les lieux qui nous entourent.

Le bien-être engendre de l'espérance, et c'est l'essence même de notre parcours en matière de développement durable.

« L'horizon restera tout juste devant nous, se transformant à mesure que nous avançons. Mais à chaque jalon, nous pourrons constater tout le chemin parcouru et continuer d'imaginer ce qu'il est possible d'accomplir au-delà du prochain horizon.



AMY FLEMING | présidente et chef de la direction, Mazda Canada



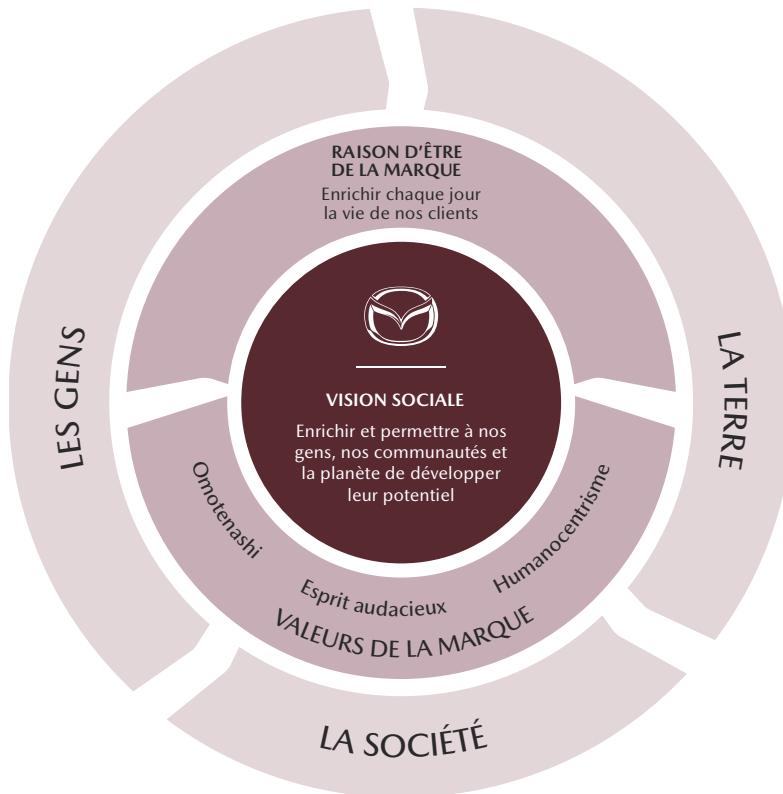
À PROPOS DE CE RAPPORT

Ceci est le troisième rapport annuel sur le développement durable de Mazda Canada. Il détaille nos objectifs et nos progrès dans plusieurs domaines concernant la durabilité environnementale, la responsabilité sociale et la performance en matière de gouvernance. Sauf indication contraire, il couvre la période d'avril 2024 à mars 2025.

À PROPOS DE MAZDA CANADA

Mazda Canada Inc. est responsable des ventes et du marketing, du service à la clientèle et du service de pièces et entretien des véhicules Mazda au Canada. Mazda Canada, dont le siège social est à Richmond Hill, en Ontario, peut compter sur un réseau de 163 détaillants à l'échelle nationale.

8



MAZDA CANADA EN UN COUP D'ŒIL



Fondée au Canada en : 1968



Société mère : Mazda Motor Corporation (Hiroshima, au Japon)



Employés à temps plein au Canada : 175



Principaux emplacements canadiens : Richmond Hill, en Ontario, Langley, en Colombie-Britannique, Pointe-Claire, au Québec, Whitby, en Ontario (centre de distribution de pièces)

NOTRE MISSION

Devenir la marque emblématique des amateurs passionnés, dont la fidélité est le résultat de liens émotionnels durables à l'égard de nos produits et de nos gens.

NOTRE APPROCHE

Mazda Canada a créé un cadre de développement durable qui s'aligne sur les défis concrets de Mazda Motor Corporation. Mazda Motor Corporation a mené une analyse des enjeux importants, en prenant en compte l'opinion d'experts, pour identifier les questions sociales et environnementales les plus urgentes.

LES GENS

Intégrer une base diversifiée, équitable et inclusive à notre milieu de travail

LA TERRE

Offrir un avenir durable dans lequel les personnes et les véhicules peuvent coexister sur une planète saine

LA SOCIÉTÉ

Soutenir et inspirer les générations futures pour libérer tout leur potentiel

RÉALISATIONS RÉCENTES



8 prix de l'Insurance Institute for Highway Safety (IIHS)



Un des meilleurs employeurs de la région du grand Toronto en 2024 (pour une dixième année consécutive)



Parmi les 12 meilleurs véhicules au Canada selon l'Association des Journalistes Automobile du Canada (AJAC) et prix de la meilleure innovation technique aux prix AJAC de l'innovation 2025



Prix de la Corporation des associations de détaillants d'automobiles (CADA) (pour une sixième année consécutive)



Éthique et gouvernance

PROTÉGER LA CONFIDENTIALITÉ ET ASSURER LA SÉCURITÉ DES DONNÉES

Les normes élevées que nous appliquons à tous les aspects des activités de Mazda Canada nous guident également en matière de protection des données de toutes les parties prenantes, y compris les clients et nos employés. La confidentialité des données évolue rapidement au Canada et nous continuons de mettre en place des processus pour répondre à ces exigences réglementaires changeantes, y compris, notamment, la *Loi canadienne antipourriel* (LCAP), la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) et la nouvelle *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé du Québec*.

AMÉLIORER L'APPROCHE DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Mazda Canada s'engage pleinement à éradiquer l'esclavage moderne et le trafic d'êtres humains de notre chaîne d'approvisionnement et de tout autre secteur de notre entreprise. Ce n'est pas un coût, une valeur, des relations publiques ou un enjeu d'entreprise. Il s'agit plutôt de notre promesse d'être la société socialement responsable et les personnes honnêtes que nous pouvons et devons être.

Au cours de l'exercice financier, nous avons lancé notre formation sur la confidentialité des données pour les dirigeants et les employés, ainsi que la formation sur l'esclavage moderne et le trafic des personnes. Elles ont toutes deux été suivies par 100 % du personnel. Nous avons également mis à jour nos normes sur la responsabilité sociale de l'organisation en mai 2024, qui sont maintenant devenues des directives aux fournisseurs en matière de développement durable.

02

LES GENS



Nos gens sont toujours aux commandes. Toutes nos réussites en tant qu'entreprise, nous les devons aux personnes et aux équipes qui les rendent possibles.

Nous reconnaissons aussi que la santé physique, mentale et émotionnelle favorise une économie et une société plus durables. Voilà pourquoi notre objectif de co-créer un avenir meilleur et plus durable commence en offrant notre soutien à nos employés grâce au bien-être, à la flexibilité et à l'inclusion.

En mettant la priorité sur le bien-être de nos gens, nous les encourageons à mener une vie plus saine et équilibrée. En nous appuyant sur les succès des dernières années, lors de l'exercice financier, nous avons mis l'accent sur l'équilibre travail-vie privée, l'établissement de liens entre les humains et la nature ainsi que la poursuite de la création d'une réelle appartenance au travail. Nous souhaitons que Mazda Canada soit un milieu où tout le monde se sent à l'aise et reconnu, en plus de voir des possibilités de croissance et de partager un objectif commun. C'est ce qui permet aux gens et au monde qui nous entourent de bien vivre.

SOUTENIR LA FLEXIBILITÉ

Le lieu où nous travaillons et la façon dont nous le faisons influencent notre bien-être général. Une expérience-employé forte dépasse les limites d'un environnement de travail traditionnel. Avec ceci en tête, nous avons reconduit le mode de travail hybride par l'entremise du Programme de lieu de travail flexible Mazda. Ce programme permet aux employés de travailler principalement à distance tout en maintenant la flexibilité de se présenter au bureau lorsque la collaboration et les rapports humains sont nécessaires. Afin de soutenir davantage ce modèle, les employés ont reçu 500 \$ à dépenser pour l'amélioration de leur bureau à la maison afin qu'ils puissent s'assurer que leur espace de travail est confortable et propice à la productivité.

Cette année, nous avons poussé l'idée encore plus loin en lançant le programme Travailler de n'importe où, qui donne aux employés la possibilité de travailler à distance pendant une semaine complète chaque année afin de pouvoir équilibrer leurs priorités personnelles, comme prendre soin de leurs proches, voyager ou gérer divers événements de la vie. Cette initiative représente le résultat concret de la rétroaction fournie lors d'une séance de discussion ouverte pour les employés, ce qui souligne notre engagement à écouter activement nos employés et à mettre en œuvre leurs suggestions. Nous renforçons ainsi notre culture de collaboration et de respect mutuel.

« Avec tout ce qui se passe dans le monde en ce moment, je pense que le stress lié à la vie personnelle et professionnelle est à un sommet pour la plupart des gens. Le soutien continu de Mazda pour des initiatives qui offrent aux employés la flexibilité de faire leur travail tout en ayant la possibilité de s'occuper de leurs obligations personnelles soulage le fardeau mental de plusieurs, parce qu'ils savent que des mesures de soutien sont en place.

EMPLOYÉ DE MAZDA CANADA

PRENDRE SOIN DE LA SANTÉ DE NOS EMPLOYÉS

Afin de créer une planète plus durable, il faut encourager les gens à donner le meilleur d'eux-mêmes au travail et dans la vie. Pour y parvenir, il est nécessaire d'adopter une approche holistique de la santé et du bien-être englobant de multiples dimensions, et de s'assurer que les employés ont leur mot à dire sur la façon dont elle s'articule.

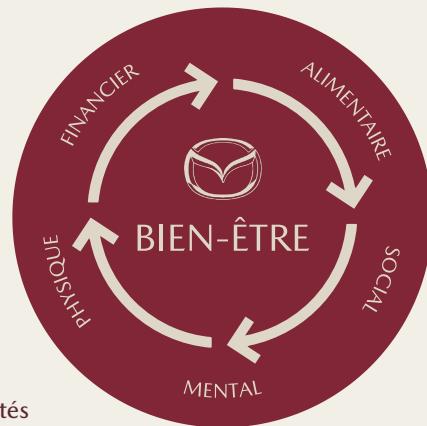
En juin 2024, nous avons lancé notre Programme bien-être en présentant notre « Roue du bien-être », qui montre toutes les zones d'implication possibles. Elles comprennent le bien-être financier, alimentaire, social, physique et mental.



Éducation financière et bien-être



Exercice en groupe et activités physiques



Pleine conscience et santé mentale



Éducation et alimentation saine



Activités sociales pour tisser des liens solides

Au cours de l'année, nos employés votent pour leurs activités favorites par courriel et en remplissant un formulaire partagé. Nous nous en inspirons pour planifier les événements de l'année, du yoga avec chiots aux ateliers sur l'alimentation donnés par un employé de Mazda, qui favorisent le bien-être global.



Pendant l'exercice financier, nous avons aussi pris des mesures pour améliorer l'accessibilité aux soins de santé. Nous avons notamment rendu le soutien en santé mentale plus abordable en augmentant la couverture de 1 500 \$ à 2 000 \$ (incluant une couverture pour les professionnels de la santé et les activités reliées au bien-être). De plus, nous avons bonifié nos politiques de flexibilité pour les employés et leur famille en lançant Dialogue, une plateforme qui offre des services de télémédecine 24/7.

« Nous sommes tous des humains, pas des machines. Nous visons des objectifs plus nobles, et pour y arriver, nous devons favoriser le bien-être des employés afin que tout le monde soit motivé et travaille au meilleur de ses capacités.

EMPLOYÉ DE MAZDA CANADA

INITIER LES EMPLOYÉS À L'ART JAPONAIS DU BAIN DE FORÊT

Pendant la Semaine canadienne de la santé mentale, 35 membres de l'équipe de Mazda Canada ont participé à un bain de forêt guidé, une pratique issue de notre héritage japonais nommée *shinrin-yoku*. Dirigée par Beth Foster, une guide certifiée en thérapie de la nature et en bain de forêt, la séance était une invitation à ralentir, à établir une connexion avec la nature et à vivre dans le moment présent. Cette immersion volontaire dans un environnement naturel offrait une occasion rafraîchissante de réflexion et de bien-être, en plus de renforcer le lien profond entre les origines japonaises de Mazda et notre approche holistique pour prendre soin de nos gens.



« C'était la première fois que je prenais un bain de forêt. Cela m'a permis de ressentir de la gratitude envers la nature et tout ce qu'elle nous apporte. C'était une expérience paisible et calmante que j'ai répété par moi-même depuis.

EMPLOYÉ DE MAZDA CANADA

SOUTENIR NOS EFFORTS EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ, D'ÉQUITÉ ET D'INCLUSION

Nous croyons que le vrai bien-être commence par un sentiment d'appartenance. En favorisant une culture inclusive où les employés de toutes les origines se sentent vus, entendus et valorisés, nous créons des conditions pour que les gens s'épanouissent. Les initiatives qui renforcent la représentation, offrent des chances équitables et encouragent la formation continue cultivent ce sentiment de bien-être et de connexion. Voilà pourquoi nous nous efforçons de mesurer nos progrès dans ce domaine. Dans notre sondage mondial de 2024 auprès des employés, nous avons demandé si les membres de notre équipe se sentaient valorisés et si l'on accordait à la diversité l'importance qu'elle méritait. Plusieurs de ces questions ont obtenu une note de plus de 80 %, mais nous ne nous reposons pas sur nos lauriers.

En octobre 2024, par exemple, nous avons ajouté la sélection de pronoms optionnelle pour les insignes d'identification des employés et des détaillants. Cette initiative complétait la formation sur l'inclusion et les pronoms, obligatoire pour tous les employés. (Nous avons également attribué des cursus d'apprentissage LinkedIn sur d'autres sujets, comme la santé mentale et la sensibilisation à la neurodiversité).

Dans le cadre de nos efforts continus afin de créer un milieu de travail plus diversifié et inclusif, nous avons renforcé nos pratiques d'embauche pour joindre un plus vaste bassin de candidats. Par exemple, grâce à notre partenariat avec Equitek Employment Solutions, nous nous assurons que nos offres d'emploi sont accessibles aux communautés marginalisées. De plus, notre travail avec le Centre canadien pour la diversité et l'inclusion (CCDI) nous permet de renforcer l'équité en milieu de travail. En 2024, nous avons accueilli cinq étudiants d'été par l'entremise de deux de nos partenaires communautaires, Passeport pour ma réussite et Pinball Clemons Foundation, qui partagent notre objectif de créer des occasions intéressantes pour la prochaine génération.

Nous avons également pris le temps de souligner six moments importants de l'année 2024 : le Mois de l'histoire des Noirs, la Journée internationale des droits des femmes, le Mois du patrimoine asiatique, la Semaine de la santé mentale, le Mois de la Fierté et la Journée nationale de la vérité et de la réconciliation. Ces événements offraient d'excellentes façons de sensibiliser

les gens à la diversité, à l'équité et à l'inclusion à l'aide de ressources éducatives, de ressources provenant des employés, de conférences et de conversations significatives.

Nous avons également ajouté deux autres journées en réponse aux commentaires des employés dans notre deuxième sondage sur la diversité, l'équité et l'inclusion, et dans le cursus d'apprentissage LinkedIn. Il s'agit du Nouvel An lunaire et de notre premier cursus sur la sensibilisation à la neurodiversité, créé avec l'aide de LinkedIn Learning, qui complétait la Semaine de la célébration de la neurodiversité en mars.

Et enfin, un véritable engagement envers la diversité, l'équité et l'inclusion signifie faire preuve de leadership, tant à l'interne qu'à l'externe. Pour cette raison, Mazda était fière commanditaire de la 3e conférence annuelle Empowering



Auto en octobre 2024. Celle-ci mettait en lumière les femmes dans l'industrie automobile et élargissait la sensibilisation à l'industrie afin d'attirer les meilleurs talents issus de la diversité.

Mazda Canada a pu compter sur la présence de 30 employés, incluant des étudiants, et plus de 100 étudiants ont visité notre kiosque Mazda. Amy Fleming, qui était encore cheffe de l'exploitation de Mazda Canada à l'époque, a aussi été conférencière lors de l'événement Your Greatness Playbook d'Empowering Auto en février 2025.

« En investissant dans le développement et la croissance, nous favorisons un environnement de travail où les personnes se sentent encouragées, soutenues et inspirées afin d'atteindre tout leur potentiel.

AMY FLEMING | présidente et cheffe de la direction



FORMATION, DÉVELOPPEMENT ET RECONNAISSANCE

Les occasions d'apprentissage représentent bien plus qu'un simple avantage. Nous les voyons comme un investissement fondamental pour la croissance et la satisfaction de nos employés, ce qui contribue également à leur bien-être.

Nous apprenons en écoutant, et les commentaires de nos employés continuent de façonner nos actes. Nos employés nous ont clairement indiqué qu'ils établissent un fort lien entre l'apprentissage et le bien-être, surtout lorsqu'il est question de santé mentale. Nous avons donc conçu un cursus d'apprentissage LinkedIn personnalisé sur la santé mentale, s'adressant tant aux dirigeants qu'aux employés, qui était accessible d'avril à juin 2024.

Ce cursus s'ajoute aux plus de 21 000 formations LinkedIn Learning que nous offrons à notre équipe, notamment au sujet de la croissance professionnelle et de la DEI. Plusieurs de ces formations ont été suivies par 98 %, et parfois même 100 %, des dirigeants et des employés.

La formation et le développement sont toujours en cours chez Mazda Canada, surtout en ce qui concerne l'épanouissement quotidien des employés. Il s'agit d'un aspect important de notre programme de leadership Mazda renouvelé qui vise à doter les membres de la direction des compétences nécessaires pour inspirer, motiver et bien diriger leurs équipes. En se concentrant sur des principes clés de leadership, comme le mentorat et la reconnaissance, le programme aide nos dirigeants à bâtir des relations plus fortes avec leurs équipes ainsi qu'à favoriser un environnement de travail positif et solidaire. Puisqu'un leadership fort s'appuie sur des connexions significatives, l'un de nos objectifs était d'effectuer des rencontres individuelles efficaces avec les membres de nos équipes au cours de l'exercice financier.

La valeur de la formation et du développement est décuplée quand les efforts des employés sont reconnus et célébrés à l'échelle de l'organisation. Notre plateforme KANSHA aide à rendre tout ça possible. En effet, les employés ont partagé près de 5 700 marques de reconnaissance en 2024 et environ 2 515 de plus pour le premier

semestre de 2025. Depuis son lancement en 2021, la plateforme a été utilisée plus de 25 000 fois, démontrant ainsi la puissance d'une culture axée sur la reconnaissance.

FAVORISER UN FORT ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS

Le succès de nos initiatives se reflète dans la note générale que nous obtenons en matière d'engagement des employés, qui reste stable et favorable à 90 %, comme mesurée par notre **sondage mondial auprès des employés de 2024**.

« Je recommande mon entreprise comme un excellent endroit où travailler »



« J'ai entièrement confiance en la réussite de mon entreprise »



03

LA SOCIÉTÉ



Nous nous sommes engagés à soutenir nos communautés et nous reconnaissions que le bien-être des jeunes d'aujourd'hui façonnera non seulement leur avenir, mais aussi celui des générations à venir.

Cet engagement renforce nos efforts pour faire évoluer l'éducation et l'autonomisation des jeunes. Notre objectif est de fournir aux jeunes, surtout ceux qui proviennent de milieux défavorisés, des connaissances, des compétences et des outils dont ils peuvent tirer profit personnellement, mais qui leur permettront également de redonner de façon significative et durable.

18

Ces occasions bâtent la confiance en soi, améliorent les perspectives de carrière et favorisent l'indépendance financière. Elles aident aussi à créer des communautés plus solides et plus résilientes pour l'avenir.

Grâce à l'engagement de chaque employé de Mazda Canada et de nos partenaires détaillants, nous avons un objectif commun qui soutient la croissance individuelle et le bien-être de nos communautés tout en cultivant l'espérance, la détermination et un sentiment d'appartenance pour les années à venir.

DES PARTENARIATS POUR LA PROCHAINE GÉNÉRATION

Au cours de l'exercice financier, nous avons continué de bâtir nos partenariats à long terme, établis en 2024, avec deux organismes à but non lucratif qui font la promotion de l'éducation auprès des jeunes. Passeport pour ma réussite soutient les jeunes dans les communautés à faible revenu en les aidant à obtenir leur diplôme d'études secondaires, alors qu'Indspire aide les personnes inuites, métisses et issues des Premières Nations à réaliser tout leur potentiel en les encourageant notamment à entreprendre des études postsecondaires.



Nous avons renforcé nos partenariats avec ces organismes en versant 420 000 \$ sur trois ans afin de favoriser leur succès. Nous avons également commandité les prix Indspire 2024, une cérémonie qui reconnaît et célèbre les réussites des Autochtones dans les domaines des arts, de l'éducation, des affaires, du leadership au sein de la communauté et de la santé. Mazda est fière d'avoir contribué au montant de 1 million \$ amassé lors du gala caritatif « Un festin dans la forêt » afin de soutenir l'éducation au sein des communautés autochtones. Nos employés, en collaboration avec notre comité caritatif, ont aussi organisé des collectes de fonds pour Passeport pour ma réussite et Indspire, comme le Charity Carnival BBQ de MCI qui a amassé 6 000 \$ pour les programmes d'été de Passeport pour ma réussite.

Ailleurs, nous avons continué de soutenir les jeunes en participant à des campagnes de retour à l'école, à des salons de l'emploi et à des remises de diplômes.

Nous savons qu'un accès équitable à l'éducation, à du soutien et à des opportunités joue un rôle important dans le bien-être des individus et de la société, maintenant et à l'avenir.

Lorsque nous cultivons des talents diversifiés et encourageons les jeunes grâce à du mentorat, nous savons que nous pouvons avoir une influence importante sur le bien-être financier et émotionnel, tout particulièrement au sein des communautés sous-représentées.



« J'ai vécu l'une de mes plus belles expériences quand j'ai fait du bénévolat au salon de l'emploi Passeport pour ma réussite. J'ai pu tisser des liens avec plein de jeunes qui commençaient à penser à leur carrière. J'ai pu partager avec eux mon parcours dans l'industrie automobile. J'ai été surprise de voir la motivation et l'intelligence de ces étudiants, et je suis fière de faire partie d'une entreprise qui soutient l'éducation des générations futures issues de milieux défavorisés.

EMPLOYÉE DE MAZDA CANADA

REDONNER, TOUS ENSEMBLE

Redonner à la communauté est un fondement de la culture de Mazda Canada, où les employés à l'échelle de l'entreprise peuvent faire du bénévolat. Au cours de la dernière année, nous avons organisé des collectes de dons, par exemple pour remplir des sacs à dos de matériel scolaire destiné aux étudiants dans le besoin. Nous avons également donné de la nourriture pour les gens qui vivent de l'insécurité alimentaire pendant le temps des fêtes.

Notre équipe a aussi participé à la course de 10 km de Sporting Life en soutien à Campfire Circle, un organisme caritatif qui vient en aide aux enfants atteints de cancer ou de maladie grave et à leur famille. Trente-six employés de Mazda, avec leurs proches, ont amassé 2 888 \$. Mazda a égalé le montant, pour un total versé de 5 776 \$. De plus, nous avons soutenu d'autres causes, comme le tournoi de volley-ball pour SickKids.

ÉLARGIR NOTRE PORTÉE : PROGRAMME PERSONNALITÉS LÉGENDAIRES

20

Notre engagement à favoriser un meilleur avenir par la puissance de la communauté dépasse nos employés et s'étend à nos partenaires détaillants par l'entremise de notre programme Personnalités légendaires.

Dans l'objectif de reconnaître les héros du quotidien, le programme permet aux détaillants Mazda de décider du don à leur communauté. Ils peuvent ainsi s'assurer que les fonds sont attribués à une « légende locale » respectée. Depuis le lancement du programme en 2021, plus de 3,5 millions \$ en dons ont été versés.

Pendant cet exercice financier, les détaillants Mazda ont continué de choisir des légendes qui contribuent au bien-être et au développement des jeunes, au soutien aux populations vulnérables ainsi qu'à la lutte contre la faim et la précarité financière.





04

LA TERRE

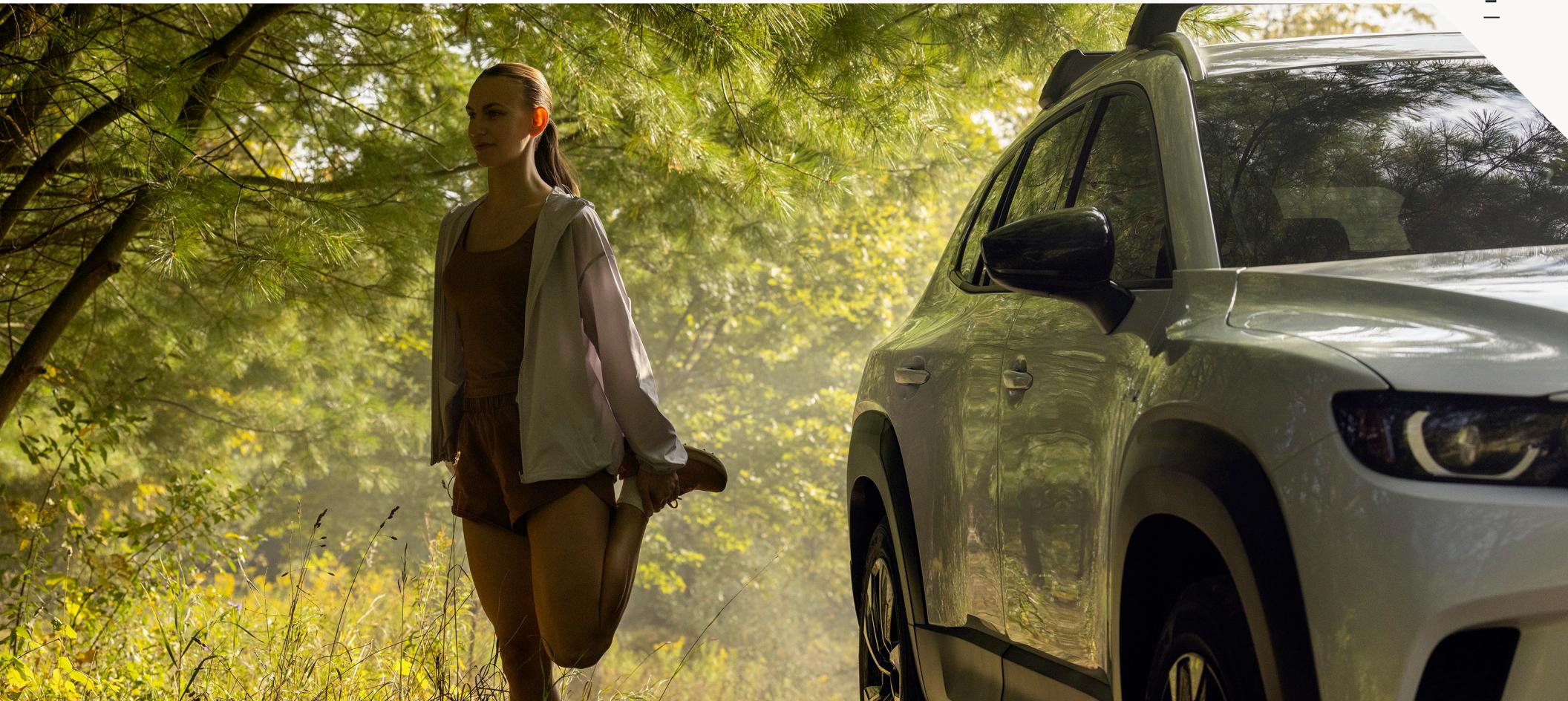


Au cœur de notre mission, on retrouve un engagement à créer un avenir durable où les gens et les véhicules peuvent coexister et se développer en harmonie avec une planète en bonne santé.

Nous comprenons que le bien-être de nos communautés est intrinsèquement lié à la santé de notre environnement. Cela comprend de l'air plus pur, moins d'émissions de carbone et des écosystèmes résilients. Ce ne sont pas seulement des objectifs nobles, ils constituent aussi les fondements pour bâtir des vies plus saines et des sociétés plus fortes.

Pour cette raison, en plus de développer des solutions novatrices qui ouvrent la voie à des transports à faibles émissions de carbone, nous nous engageons à faire de nos opérations canadiennes des modèles d'intendance environnementale.

De l'utilisation de sources d'énergie plus propres pour alimenter notre production à l'adoption de pratiques d'économie circulaire, notre travail est enraciné dans la conviction que le parcours vers la mobilité et celui vers une planète en bonne santé sont indissociables.



PRENDRE SOIN DE LA PLANÈTE

Depuis 1970, le Jour de la Terre représente une façon pour les gens de partout dans le monde de démontrer leur soutien à la protection de l'environnement et aux pratiques durables. C'est le moment d'en apprendre davantage sur les stratégies de conservation d'énergie, de réduction des déchets et de promotion du recyclage.

En 2024, les employés de Mazda Canada ont décidé d'aborder concrètement le Jour de la Terre. Ils ont en effet retroussé leurs manches et participé à des activités de nettoyage près de nos bureaux, à Richmond Hill, à Montréal et à Vancouver. En ramassant des déchets et en prenant soin de la végétation locale, nos bénévoles ont démontré que le Jour de la Terre, c'est bien plus que la sensibilisation du public aux enjeux de développement durable, c'est aussi une occasion de poser des gestes concrets.

« Mettre l'accent sur le bien-être est la clé pour le développement durable à long terme. Lorsque les gens sont en santé et résilients, ils prennent de meilleures décisions, contribuent efficacement à leur communauté et réduisent la pression sur les systèmes sociaux et environnementaux. En aidant les personnes à s'épanouir, nous créons des bases plus solides pour un avenir durable sur le plan social, économique et environnemental.

EMPLOYÉE DE MAZDA CANADA

AMÉLIORER NOS OPÉRATIONS

La façon dont les entreprises fonctionnent a un immense impact sur plusieurs aspects clés du développement durable de l'environnement. Nous effectuons des changements dans plusieurs secteurs à la fois :

Pratiques écologiques en milieu de travail

Chez Mazda, notre objectif d'atteindre une meilleure productivité est contrebalancé par un fort engagement envers la réduction des déchets et l'amélioration de l'efficacité énergétique. En 2024, nous avons réduit notre production de déchets de 8,6 % comparativement à l'année précédente, ce qui poursuit la tendance à la baisse amorcée en 2018.

Cette progression met en lumière notre volonté d'amélioration continue et notre responsabilité environnementale. Notre consommation d'électricité a aussi continué de diminuer, renforçant ainsi notre détermination à long terme de fonctionner de façon plus durable.



Créer plus de véhicules électriques

Bien que la consommation d'essence de nos véhicules d'entreprise ait légèrement augmenté depuis l'an dernier (5,6 %), nous y voyons l'occasion de poursuivre notre passage à l'électrique pour réduire les émissions directes de CO2 et améliorer la qualité de l'air. Pour ce faire, nous devons continuer nos efforts d'augmenter notre flotte de véhicules hybrides, hybrides rechargeables et électriques.



Favoriser un design durable

À titre de chef de file mondial en matière de fabrication automobile, Mazda a démontré qu'innovation écoresponsable et performances exaltantes peuvent aller de pair. Cette philosophie a pris vie récemment avec le lancement du Mazda CX-50 hybride, un véhicule qui contribue à une expérience de conduite plus écologique en réduisant la consommation d'essence et les émissions de carbone.

UN DESIGN AXÉ SUR LE BIEN-ÊTRE

L'approche de conception de Mazda provient de son héritage japonais et de sa philosophie unique qui crée une harmonie entre le conducteur et son véhicule.

« Dans le Japon féodal, le summum du talent militaire s'exprimait par la capacité à utiliser un arc long tout en montant à cheval. Il fallait donc avoir un contrôle très précis de sa monture », explique Andrew Bardwell, directeur national, Création de valeur pour la marque.

Le concept de *Jinba Ittai* (le cheval et le cavalier qui ne font qu'un) signifie que Mazda aspire à créer des voitures en parfaite harmonie avec les humains qui les conduisent. Des voitures performantes qui soutiennent aussi le bien-être physique, mental et émotionnel de chaque conducteur de Mazda et de tous les passagers du véhicule.

« Au cœur de notre démarche, il y a la question : comment construire le meilleur véhicule possible pour répondre aux besoins réels du client, pas à ce qu'il pense vouloir ? », poursuit Andrew. « Comment fait-on pour créer quelque chose de beau à conduire et qui réponde aux besoins de la plupart des gens ? »



Notre objectif clair façonne chacune de nos décisions, de l'ingénierie à l'esthétique, et s'étend bien au-delà du siège du conducteur. Il est inséparable de notre vision en matière de développement durable.

Un point de vue global, axé sur les humains

26

Un design axé sur les humains commence avec des mains humaines. Chaque nouveau modèle débute par une sculpture en argile, façonnée lentement et après mûre réflexion. Ce processus tactile révèle des subtilités que la modélisation numérique peut manquer. « C'est plus lent que la modélisation par ordinateur, mais le bout de nos doigts nous dit des choses que nos yeux ne perçoivent pas, » affirme Andrew.

C'est seulement à ce moment que la technologie entre en jeu, toujours de façon délibérée. De l'ergonomie à l'étude de la neuroscience, nous explorons constamment la façon dont les gens se sentent au volant, tant sur le plan physique que mental et émotionnel. Grâce à ce mélange de savoir-faire et de science, nous pouvons nous assurer que les véhicules sont attrayants et qu'ils sont instinctivement faciles à conduire afin de procurer une expérience de conduite agréable axée sur la sécurité et le bien-être.

Voilà pourquoi les ingénieurs de Mazda se penchent sur des détails en apparence anodins, comme la configuration des pédales et des systèmes de freinage, qui sont conçus pour réduire la fatigue. Quant à lui, le contrôle de vecteur de la force G Plus améliore la maniabilité, ce qui réduit le stress et améliore le confort. Même la

conception des sièges est abordée avec précision, pour aligner le bassin verticalement afin de favoriser la stabilité du tronc du conducteur, comme un skieur en mouvement. Ainsi, le conducteur est installé confortablement et contrôle parfaitement son véhicule, que ce soit dans les embouteillages en ville ou durant un trajet de six heures.

Pour Andrew, ces détails de sécurité comptent beaucoup pour le bien-être émotionnel. Au départ, la prévisibilité et la fiabilité sont des objectifs d'ingénierie qui deviennent des ancrages émotionnels. « Si vos enfants sont sur la route par mauvais temps, vous voulez qu'ils conduisent une voiture digne de confiance », dit-il. « L'objectif est de réduire l'anxiété et le stress pour créer une paix d'esprit. »

Durable pour les générations à venir

Le lien émotionnel inspire la fidélité et peut aussi aider à éviter les remplacements prématurés. « Si quelque chose vous a toujours protégé, vous ne vous en débarrasserez pas avant que ce ne soit nécessaire », souligne Andrew.

Avec notre approche axée sur l'humain, la préservation de la beauté de la planète fait également partie de l'équation sur le plan du design et de l'innovation. Des principes de développement durable sont présents sur des modèles tels que le CX-90, équipé d'un groupe motopropulseur hybride rechargeable (PHEV) e-Skyactiv qui fonctionne à l'électricité lorsque la batterie est chargée pour économiser de l'essence.

Andrew précise que la création de véhicules électriques représente uniquement l'un des aspects d'un design tenant compte de l'avenir de la planète. Mazda remet aussi en question les normes de l'industrie en construisant des structures plus légères et plus solides (même pour ses VUS) qui offrent une efficacité énergétique de premier plan sans sacrifier la sécurité.

Au final, l'objectif est de continuer à créer des véhicules qui procurent un sentiment de sécurité, de confort et de joie pour plusieurs générations à venir. « Si vous savez qui vous êtes et que votre langage de conception s'étend sur des décennies, pas sur des mois, la voiture demeurera pertinente », continue Andrew. « Les émotions que nous bâtissons perdureront. »



MAZDA.CA

Pour toute question ou pour tout commentaire, communiquez avec nous à mcisustainability@mazda.ca

