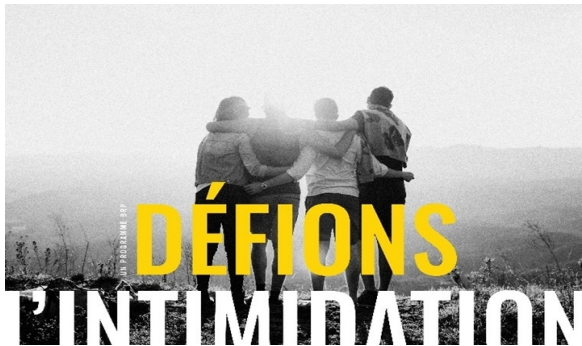




BRP CHOISIT DE DÉFIER L'INTIMIDATION

Juin 1, 2022

L'entreprise adopte une cause mondiale et concentrera ses efforts pour générer un impact durable dans les communautés où elle exerce ses activités.



Valcourt (Québec) Canada, le 1^{er} juin 2022 – Aujourd'hui, BRP Inc. (TSX : DOO; NASDAQ : DOOO) renforce son engagement à être le chef de file de l'industrie en tant qu'entreprise citoyenne avec le lancement de son programme d'engagement communautaire intitulé « Défions l'intimidation ». La Société fait équipe avec des experts et des organisations crédibles pour accroître la sensibilisation à la cause et mettre en œuvre des initiatives significatives à l'échelle mondiale.

BRP cherche à rallier son vaste réseau autour de cette cause universelle qui touche d'innombrables enfants et adultes. La Société concentrera ses efforts en soutenant des projets ciblant les jeunes à l'école, les adultes en milieu de travail et les communautés marginalisées.

« Nous choisissons de prendre position contre l'intimidation, un défi social répandu qui, malheureusement, touche trop de personnes, de différentes façons à travers le monde, a déclaré José Boisjoli, président et chef de la direction de BRP. Nous voulons faire notre part afin de contribuer à ce que nos jeunes grandissent dans un environnement qui encourage le développement et l'apprentissage. De plus, nous souhaitons que les lieux de travail et les communautés soient exempts d'intimidation. Nous invitons l'ensemble de nos employés, concessionnaires, fournisseurs et clients, ainsi que leurs amis et leur famille, à se joindre à notre mouvement. »

Pour le lancement de son programme, BRP unit ses forces avec trois organisations réputées et expertes dans la lutte contre l'intimidation : la Fondation *Born this Way*, *Ditch the Label*, et la Fondation Jasmin Roy Sophie Desmarais.

La *Born This Way Foundation* fait la promotion d'un monde meilleur et plus courageux en rendant la gentillesse *cool*, en validant les émotions des jeunes et en éliminant la stigmatisation de la santé mentale. Sa campagne mondiale, *#BeKind21*, a mobilisé plus de 7 millions de personnes à poser des actes de bienveillance. Grâce au soutien de BRP, l'organisme pourra étendre sa portée et inciter encore plus de gens à faire preuve de gentillesse 365 jours par année.

« Nous sommes fiers de travailler avec et pour les jeunes afin de créer des environnements accueillants, positifs, respectueux et chaleureux, a déclaré Maya Enista Smith, directrice générale de *Born This Way Foundation*. Nous sommes reconnaissants envers BRP et son initiative « Défions l'intimidation » de soutenir notre travail et de contribuer à un monde meilleur et plus courageux. »

L'organisme *Ditch the Label* se concentre sur le soutien aux jeunes et aux jeunes adultes. Au cours des deux dernières années, l'organisation a réussi à sensibiliser plus de 3,4 millions de personnes âgées de 12 à 25 ans grâce à ses outils de soutien numériques. Actuellement, ils rejoignent les jeunes aux États-Unis, au Canada, en Australie et en Europe. Grâce à la contribution de BRP, les programmes et la présence de *Ditch the Label* seront étendus à des nouvelles régions.

« Nous sommes ravis de nous associer à BRP dans le cadre de leurs initiatives mondiales visant à lutter contre l'intimidation, a déclaré Liam Hackett, fondateur et chef de la direction de *Ditch the Label*. En tant qu'organisme de bienfaisance, nous reconnaissons le pouvoir de collaborer avec des entreprises qui sont tout aussi passionnées que nous par la volonté d'avoir une influence sociale. Grâce au soutien de BRP, nous serons en mesure de sensibiliser encore plus de personnes et d'avoir un véritable impact dans de nouvelles communautés. »

Créée au Canada en 2010, la Fondation Jasmin Roy Sophie Desmarais est reconnue comme étant une pionnière de la sensibilisation à la lutte contre l'intimidation et une experte en la matière quant aux initiatives, aux ateliers et aux contenus spécifiques à l'intimidation.

« Au cours des dernières années, nous avons constaté une mobilisation sans précédent pour prévenir et remédier à l'intimidation et à la violence, y compris favoriser des environnements positifs et bienveillants. Bien que nos efforts portent leurs fruits, nous devons continuer à inculquer le respect, le civisme et l'acceptation de la différence. Dans cette optique, le soutien de BRP permettra à la Fondation de continuer à lutter contre l'intimidation et de faire connaître ses programmes partout dans le monde, a déclaré Jasmin Roy, président de la Fondation Jasmin Roy Sophie Desmarais. »

Reconnaissant le rôle majeur que les employeurs peuvent jouer en ayant une influence sur la culture en milieu de travail, BRP donnera l'exemple en mettant en œuvre une approche de zéro intimidation et en traitant de l'intimidation dans son Code d'éthique qui sera publié cet automne. BRP tirera parti de l'expertise de la Fondation Jasmin Roy Sophie Desmarais pour créer son premier programme de formation visant à sensibiliser et à éduquer ses employés sur la façon de repérer les signes et d'aborder les comportements qui pourraient être intimidants.

Dans le cadre de son programme global de [responsabilité sociale d'entreprise \(RSE25\)](#), BRP s'est engagée à investir 1 % de ses bénéfices avant impôts auprès de causes locales et mondiales d'ici 2025. Les organismes de bienfaisance sont encouragés à soumettre leurs projets en lien avec le programme « Défions l'intimidation » sur [le site Web de BRP](#).

MISE EN GARDE CONCERNANT LES ÉNONCÉS PRÉVISIONNELS

Certains renseignements inclus dans ce communiqué, y compris, mais sans s'y limiter, les déclarations relatives au programme « Défions l'intimidation », l'échéance et le montant des paiements et des contributions à certaines organisations en vertu du programme et du plan de responsabilité sociale d'entreprise (CSR25), ainsi que d'autres déclarations qui ne sont pas des faits historiques, sont des « énoncés prévisionnels » au sens des lois canadiennes et états-uniennes sur les valeurs mobilières. Les énoncés prévisionnels sont généralement identifiés par l'utilisation de termes comme « peut », « va », « devrait », « pourrait », « s'attend à », « prévoit », « compte », « tendances », « indications », « anticipe », « croit », « estime », « vise », « projette », « prédit », « probablement » ou « potentiel », ou notamment leurs variantes négatives ou d'autres termes et expressions comparables. Les énoncés prévisionnels, par leur nature, comportent des risques et des incertitudes et sont fondés sur plusieurs hypothèses, tant générales que spécifiques. BRP prévient que ses hypothèses peuvent ne pas se matérialiser et que les conditions économiques actuelles soumettent ces hypothèses, bien que raisonnables au moment où elles ont été formulées, à une plus grande incertitude. Ces énoncés prévisionnels ne sont pas des garanties quant au rendement futur de BRP et impliquent des risques connus et inconnus, des incertitudes et d'autres facteurs qui peuvent faire en sorte que les résultats ou la performance réels de BRP soient sensiblement différents par rapport aux perspectives ou aux résultats futurs ou à la performance future implicites dans ces énoncés.

À propos de BRP

Nous sommes un chef de file mondial dans l'industrie des produits de sports motorisés, des systèmes de propulsion et des bateaux; notre succès repose sur 80 ans d'ingéniosité et sur une attention particulière portée à notre clientèle. Notre gamme de produits de pointe et distinctive comprend les motoneiges *Ski-Doo* et *Lynx*, les motomarines et les pontons *Sea-Doo*, les véhicules hors route et sur route *Can-Am*, les bateaux *Alumacraft* et *Quintrex*, les pontons *Manitou* et les systèmes de propulsion marine *Rotax* de même que les moteurs *Rotax* pour karts et avions de loisir. Nous complétons nos gammes de produits par un portefeuille dédié de pièces, d'accessoires et de vêtements afin d'améliorer pleinement l'expérience de conduite. Avec des ventes annuelles de 7,6 milliards de dollars canadiens provenant de plus de 120 pays, notre main-d'œuvre mondiale comprend près de 20 000 personnes ingénieuses et motivées.

www.brp.com

[@BRPnouvelles](#)

Ski-Doo, *Lynx*, *Sea-Doo*, *Can-Am*, *Rotax*, *Alumacraft*, *Manitou*, *Quintrex*, et le logo BRP sont des marques de commerce de Bombardier Produits Récréatifs inc. ou de ses sociétés affiliées. Toutes les autres marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

-30-

Demande média :

Biliana Necheva

Relations avec les médias

media@brp.com