



## KELLOGG CANADA 2015/2016 CORPORATE RESPONSIBILITY REPORT FACT SHEET

W.K. Kellogg founded our company over a century ago with a deep commitment to corporate responsibility. Today, we continue the legacy of our founder with the launch of Kellogg Company's ninth global Corporate Responsibility Report, "Nourishing Families So They Can Flourish and Thrive," that provides a transparent and comprehensive accounting of Kellogg's progress, challenges and future direction in four key areas: environment, marketplace, workplace and community. A fifth section focuses on our commitment to responsibly source ingredients, and improve the livelihoods of a half-million farmers, including smallholders and women. To download the complete report please [click here](#). The following is an overview of some of Kellogg Canada's initiatives as it relates to Corporate Responsibility.

### **Marketplace**

The 2015/2016 report covers nutrition and health education, consumer education and awareness, responsible sourcing and supplier diversity, production quality and food safety. Within these areas, Kellogg Canada is actively engaged in the following initiatives:

- In 2015 Kellogg pledged commitment to the Global Food Beliefs – impacting how we innovate, how we source our ingredients and how we market our products. For example, we're working to reduce sugar and sodium across snacks and cereal, and the addition of beneficial ingredients and nutrients like whole grains, fibre and protein to consumer's favourite foods.
- Already in Canada, 78 per cent of our cereals are made without artificial colours, and 63 per cent are made without artificial flavours – with a goal of removing all artificial colours and flavours by 2018.
- We believe in the importance of consumer nutrition literacy and through our program called "Mission Nutrition" we encourage parents and teachers to promote active and healthy lifestyles through a series of curriculum-based resources for students in kindergarten through eighth grade.
- We continued our support for the Nutrition Facts Education Campaign (NFEC), an innovative collaboration between Health Canada, Food & Consumer Products Canada and the Retail Council of Canada. The objectives of the current NFEC are to increase Canadians awareness, use and understanding of serving size and % Daily Value information on the Nutrition Facts table.
- We are a committed participant of the Canadian Advertising Initiative (CAI) – a voluntary industry program designed to encourage advertising healthier dietary choices and lifestyles for children.
- We are a member of a number of national associations that focus on industry, food safety and quality, including Food Consumer Products Canada (FCPC), the Canadian Association of Importers & Exporters (IE Canada), and the Society of Consumer Affairs Professionals in Business (SOCAP), to name only a few.
- Our company was honoured with esteemed awards, including Leger Marketing's "5<sup>th</sup> Most Reputable Brand in Canada", Brandspark's "2016 Most Trusted Cereal Brand" and Reader's Digest Canada's "Most Trusted Cereal Brand".
- To help Canadians get enough of the sunshine vitamin, we fortified 14 of our most loved cereals with 20 per cent of Health Canada's recommended daily intake of vitamin D.
- We believe that we can play an important role in the education of healthcare professionals. Over the past year, Kellogg Canada was part of the annual conferences of the Canadian Nutrition Society, Dietitians of Canada and the 33rd International Symposium on Diabetes and Nutrition. We also continued support of nutrition research through sponsorship of the Canadian Foundation for Dietetic Research (CFDR).

## **Workplace**

The 2015/2016 report covers employee engagement, employee safety, diversity and inclusion, and talent management. Within these areas, Kellogg Canada is actively engaged in the following:

- At Kellogg, we not only aspire to be the food company of choice, we want to be the employer of choice in the communities in which we operate. We seek to foster a safe, inclusive, values-driven workplace that develops and rewards employees for ethical behaviour and sustainable results.
- The Kellogg Canada Diversity and Inclusion Council is raising awareness and sensitivity around valuing diversity and creating an inclusive work environment. The Council hosted numerous diversity- and inclusion-focused initiatives for employees and also recently launched the Women of Kellogg (WOK) Community Group in Canada.
- Our K-Values™ – Integrity, Accountability, Passion, Humility, Simplicity, and Success – set us apart as a company and form the basis of our workplace culture.
- Learning and development programs are a key part of our effort to develop a powerhouse of talent and become the employer of choice. Programs include our recently launched workshop for people managers called *Leading to a Growth Culture*; a workshop inviting employees to reconnect with our *K Values*; and, a comprehensive orientation for new employees, to name only a few.
- We promoted health and wellness initiatives internally through our on-site employee fitness facility that offers fitness classes and challenges, health screenings, flu shots, among other activities.

## **Environment**

The 2015/2016 report covers environmental management, reduction of water and energy usage, greenhouse gas emissions and waste, improving sustainability of packaging, and sustainable agriculture initiatives. Within these areas, Kellogg Company is actively engaged in the following:

- To help improve the livelihoods of our farming families and the communities where our ingredients are grown we've recently made a commitment to support half-a-million farmers with a focus on Climate Smart Agriculture practices that increase their productivity and enable climate resilience.
- Through our 'Lights On' Initiative in Bolivia, we helped provide solar power to quinoa farmers who left the fields at dusk and relied on kerosene and moonlight for cooking dinners at night.
- We're focusing on smallholder and women farmers who can contribute to the world's food supply, but often lack the resources to do so. For example, we're training Quinoa farmers in Bolivia to support improved soil health, and, we're training smallholder farmers in Bangladesh on sustainable agricultural practices to grow potatoes used in Pringles.
- An extension of our 2020 global sustainability goals announced in 2014, we've made an ambitious commitment to reduce emissions from our operations by 65 per cent by 2050 and, for the first time work with our direct suppliers to help reduce their emissions by 50 per cent by 2050.
- We continue to improve the sustainability profile of our packaging and encouraged customers to recycle it after use.
- Our Belleville, ON manufacturing facility was recently recognized as the lowest user of all Kellogg North America cereal facilities of energy per pound of food produced and the second lowest user of all Kellogg North America cereal facilities of water per pound of food produced.
- We have various employee driven environmental initiatives including Earth Hour and Earth Day activities, recycling/composting programs, carpooling programs, and employee GoGreen Teams.

## Community

The 2015/2016 report covers strategic philanthropy in three key areas: hunger relief, breakfast programs and disaster relief. Within these areas, Kellogg Canada is actively engaged in the following:

- At Kellogg, we believe so much in the power of breakfast to feed better days and better lives that we are focusing our philanthropic efforts on providing breakfast to those in need around the world. Through *Breakfasts for Better Days*, our global philanthropic initiative, we've provided more than 1.4 billion of servings of cereal and snacks to children and families, exceeding our original goal of 1 billion servings by the end of 2016.
- Over the past 10 years, Kellogg Canada has donated more than \$3 million dollars and 27 million servings of cereal and snacks to breakfast clubs and food banks, helping children across Canada experience the power of breakfast and get the best start to their day.
- Through our partnership with Breakfast Club of Canada, we have helped feed over 167,000 kids in almost 1,500 breakfast clubs from coast to coast.
- As Food Banks Canada 2014 Donor of the Year, Kellogg Canada is leading the fight against hunger with our longstanding support of product and financial donations, as well as various initiatives.
- To help those affected by the tragic wildfires in Fort McMurray, AB, Kellogg Canada donated cereal and snacks, as well as a \$50,000 monetary donation to the Alberta Food Bank as part of our commitment to hunger relief.
- To raise awareness of how hunger affects learning, we developed an online video, *Reverse Hunger*, and a #LostEducation infographic. We also encouraged in-store consumers to buy a box to help feed children and families in need.
- Kellogg Canada Care\$ recognizes the time and talents our employees contribute to our communities by donating funds to eligible organizations where they volunteer.
- Our employees regularly volunteer their time and talents to local food banks and participate in community initiatives such as the Daily Bread Food Bank's Food Sort Challenge and Food Bank Canada's annual Hunger Awareness Week initiative.

###



## FICHE D'INFORMATION – RAPPORT SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE 2015/2016 DE KELLOGG CANADA

Au moment de fonder notre entreprise il y a plus d'un siècle, W.K. Kellogg était profondément engagé envers la responsabilité sociale. Aujourd'hui, nous suivons ses traces en procédant au lancement du neuvième rapport annuel sur la responsabilité sociale de Kellogg à l'échelle mondiale, « Nourrir les familles afin qu'elles puissent s'épanouir et grandir », qui expose de façon transparente et exhaustive l'ensemble des progrès et des défis de Kellogg, ainsi que son orientation future dans quatre secteurs essentiels : l'environnement, le marché, le milieu de travail et la collectivité. Un cinquième sujet est traité, soit celui de l'engagement de l'entreprise à utiliser des ingrédients approvisionnés de façon responsable et à améliorer la vie d'un demi-million de cultivateurs, dont des petits exploitants et des femmes. Pour télécharger le rapport complet, veuillez [cliquer ici](#). Vous trouverez ci-dessous un survol de certaines initiatives de Kellogg Canada en matière de responsabilité sociale.

### Marché

Le rapport de 2015/2016 traite de l'information en matière de nutrition et de santé, des renseignements destinés aux consommateurs et de la sensibilisation des consommateurs, de l'approvisionnement responsable et de la diversité des fournisseurs, de la qualité de la production et de la sécurité alimentaire. Dans ces domaines, Kellogg Canada participe activement aux initiatives suivantes :

- En 2015, nous avons pris l'engagement de défendre nos convictions universelles sur le petit déjeuner, qui influencent la manière dont nous innovons, nous nous procurons des ingrédients et nous commercialisons nos produits. Par exemple, nous travaillons à réduire la teneur en sucre et en sodium de nos collations et céréales, et à ajouter des ingrédients bénéfiques et des éléments nutritifs comme les grains entiers, les fibres et les protéines aux aliments préférés des consommateurs.
- Déjà, au Canada, 78 % de nos céréales sont faites sans colorants artificiels et 63 %, sans arômes artificiels. L'objectif est de retirer tous les colorants et arômes artificiels de nos produits d'ici 2018.
- Nous croyons qu'il est important que les consommateurs aient accès à des renseignements sur la nutrition et, grâce à notre programme nommé « Mission Nutrition », nous encourageons les parents et les enseignants à faire la promotion auprès des élèves de la maternelle au deuxième secondaire (huitième année) d'un mode de vie actif et sain au moyen d'un éventail de ressources conçues en fonction du programme scolaire.
- Nous avons continué d'appuyer la campagne éducative sur la valeur nutritionnelle. Cette campagne est le résultat d'une collaboration novatrice entre Santé Canada, Produits alimentaires et de consommation du Canada et le Conseil canadien du commerce au détail. Les objectifs de la campagne actuelle sont de mieux informer les Canadiens au sujet du tableau de la valeur nutritive, notamment en ce qui a trait aux portions et au pourcentage de la valeur quotidienne, pour qu'ils puissent bien l'utiliser.
- Nous nous investissons dans l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants, un programme bénévole au sein de l'industrie qui vise à encourager la publicité favorisant des choix alimentaires et un mode de vie sains auprès des enfants.
- Notre entreprise est membre d'un certain nombre d'associations nationales qui se concentrent sur l'industrie, la qualité et la salubrité des aliments, notamment Produits alimentaires et de consommation du Canada (PACC), l'Association canadienne des importateurs et des exportateurs (I.E. Canada) et la Society of Consumer Affairs Professionals in Business (SOCAP).
- Notre entreprise a reçu des récompenses estimées : elle a notamment été considérée comme possédant la cinquième marque la plus réputée au Canada selon Léger Marketing, la marque de céréales la plus fiable de 2016 selon Brandspark et la marque de céréales pour petit déjeuner la plus digne de confiance au Canada selon Reader's Digest.

- Pour aider les Canadiens à consommer suffisamment de vitamine soleil, nous avons enrichi 14 de nos céréales les plus populaires avec 20 % de l'apport quotidien recommandé en vitamine D par Santé Canada.
- Nous croyons que nous pouvons jouer un rôle important dans l'éducation des professionnels de la santé. Au cours de la dernière année, nous avons participé aux congrès annuels de la Société canadienne de nutrition et des Diététistes du Canada, ainsi qu'au 33<sup>e</sup> International Symposium on Diabetes and Nutrition. Nous avons également continué d'appuyer la recherche en nutrition en commanditant la Fondation canadienne de la recherche en diététique (FCRD).

## **Milieu de travail**

Le rapport de 2015/2016 traite de l'engagement, de la sécurité, de la diversité et de l'intégration des employés, ainsi que de la gestion des talents. Dans ces domaines, Kellogg Canada participe activement aux initiatives suivantes :

- Chez Kellogg, nous ne désirons pas seulement être le fabricant de produits alimentaires de choix, nous voulons aussi être l'employeur de choix dans les collectivités où se trouvent nos établissements. Nous cherchons à promouvoir un milieu de travail sécuritaire, accueillant, respectueux des valeurs, qui favorise le perfectionnement des employés et récompense le comportement éthique et les résultats durables.
- Le conseil sur la diversité et l'intégration de Kellogg Canada contribue à sensibiliser le personnel aux avantages de la diversité et à créer un milieu de travail inclusif. Il a mis sur pied de nombreux projets en lien avec la diversité et l'inclusion destinés aux employés et a récemment créé le groupe communautaire Women of Kellogg (WOK) au Canada.
- Nos Valeurs K™ – intégrité, responsabilité, passion, humilité, simplicité et réussite – nous distinguent comme entreprise et constituent la base de la culture de notre milieu de travail.
- Les programmes de formation et de perfectionnement font partie intégrante de nos efforts visant à établir une banque de talents et à devenir l'employeur de choix. Nous avons notamment mis sur pied le récent atelier *Leading to a Growth Culture* pour les chefs d'équipe, un atelier invitant les employés à remettre en avant nos Valeurs K et un programme d'orientation de nouveaux employés.
- Nous avons fait la promotion d'initiatives liées à la santé et au bien-être au niveau interne au moyen d'installations de mise en forme dans nos sites pour les employés. Des cours de mise en forme y sont offerts, ainsi que des défis sportifs, des dépistages médicaux, des campagnes de vaccination contre la grippe, etc.

## **Environnement**

Le rapport de 2015/2016 traite de la gestion environnementale, de la réduction de la consommation d'eau et d'énergie, des émissions de gaz à effet de serre et du gaspillage, de l'amélioration de la durabilité des emballages et des initiatives en matière d'agriculture durable. Dans ces domaines, Kellogg Canada participe activement aux initiatives suivantes :

- Pour contribuer à améliorer la vie de nos familles de cultivateurs et des collectivités où nos ingrédients sont cultivés, nous avons récemment pris l'engagement de soutenir un demi-million de cultivateurs en mettant l'accent sur des pratiques agricoles climato-intelligentes qui augmentent leur rentabilité et leur capacité de résilience par rapport aux changements climatiques.
- Notre initiative Lumières allumées en Bolivie nous a permis d'aider nos producteurs de quinoa qui quittent les champs au crépuscule et qui s'éclairent aux lampes à l'huile ou au clair de lune pour préparer leur souper à se procurer un système d'éclairage à énergie solaire.
- Nous nous concentrons sur les petits exploitants et les agricultrices qui peuvent contribuer à l'approvisionnement alimentaire mondial, mais qui manquent souvent de ressources pour le faire. Par exemple, nous montrons aux producteurs de quinoa de la Bolivie comment améliorer la santé du sol et enseignons aux

petits exploitants du Bangladesh les pratiques agricoles durables permettant de cultiver les pommes de terre utilisées dans les croustilles Pringles.

- Dans la continuité de nos objectifs pour 2020 en matière de durabilité à l'échelle mondiale, qui ont été annoncés en 2014, nous avons pris l'engagement ambitieux de réduire les émissions produites par nos activités d'exploitation de 65 % d'ici 2050 et, pour la première fois, de travailler avec nos fournisseurs directs à réduire leurs émissions de 50 % d'ici 2050.
- Nous continuons à améliorer le caractère durable de nos emballages et à encourager les clients à les recycler après emploi.
- Notre usine de fabrication de Belleville en Ontario a récemment été nommée l'usine de fabrication de céréales Kellogg en Amérique du Nord utilisant le moins d'énergie par livre de nourriture produite et la deuxième usine de fabrication de céréales Kellogg en Amérique du Nord utilisant le moins d'eau par livre de nourriture produite.
- Nous avons divers projets d'employés pour l'environnement, comme des activités liées à l'Heure pour la Terre ou au Jour de la Terre, des programmes de recyclage et de compostage, des programmes de covoiturage ainsi que des « équipes vertes » lancées par les employés.

## Collectivité

Le rapport de 2015/2016 traite de trois domaines d'activités philanthropiques stratégiques : la lutte contre la faim, les programmes de petits déjeuners et le secours aux sinistrés. Dans ces domaines, Kellogg Canada participe activement aux initiatives suivantes :

- Chez Kellogg, nous sommes si convaincus que le petit déjeuner contribue à de meilleures journées et de meilleures vies que nous concentrons nos efforts philanthropiques à offrir des petits déjeuners à ceux qui en ont besoin partout dans le monde. Avec *Des petits déjeuners pour des meilleures journées*, notre initiative philanthropique mondiale, nous avons fourni 1,4 milliard de portions de céréales et de collations aux enfants et aux familles, dépassant notre objectif initial de 1 milliard de portions d'ici la fin de 2016.
- Au cours des dix dernières années, nous avons remis plus de 3 millions de dollars et 27 millions de portions de céréales et de collations aux clubs de petits déjeuners et aux banques alimentaires, aidant les enfants des quatre coins du pays à se rendre compte du pouvoir du petit déjeuner et à commencer la journée de la meilleure façon possible.
- Grâce à notre collaboration avec le Club des petits déjeuners, nous avons aidé à nourrir plus de 167 000 enfants dans près de 1 500 clubs de petits déjeuners d'un océan à l'autre.
- Kellogg Canada ayant reçu le titre de Donateur de l'année 2014 de Banques alimentaires Canada, nous poursuivons la lutte contre la faim en continuant à offrir un soutien durable sous forme de dons en argent et en produits, et au moyen de différentes initiatives.
- Pour aider les personnes touchées par les tragiques incendies de forêt de Fort McMurray en Alberta et pour respecter notre engagement à lutter contre la faim, nous avons distribué des céréales et des collations et avons fait don de 50 000 \$ à Alberta Food Banks.
- Pour montrer à quel point la faim nuit à l'apprentissage, nous avons créé la vidéo en ligne *Déjouez la faim* et l'infographie #Educationperdue. Nous avons aussi encouragé les consommateurs en magasin à acheter une boîte et à aider à nourrir les enfants et les familles dans le besoin.
- Le programme Aux bons soins de Kellogg Canada reconnaît le temps et le talent que nos employés offrent à des collectivités en versant des fonds aux organismes admissibles où ils travaillent bénévolement.
- Nos employés participent régulièrement à des actions de bénévolat et donnent de leur temps et de leur talent pour aider des banques alimentaires locales et pour participer à des initiatives communautaires comme le « Daily Bread Food Bank's Food Sort Challenge » et la Semaine contre la faim de Banques alimentaires Canada.

###