



KELLOGG CANADA 2016/2017 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: Nourishing with Our Foods, Feeding People in Need, Nurturing Our Planet and Living Our Founders Values. 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.

Nourishing with Our Foods

The 2016/2017 report covers nutrition and health education, consumer education and awareness, responsible sourcing and marketing, 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 by 2020, and add beneficial ingredients and nutrients like whole grains, fibre and protein to our consumer's favourite foods.
- Our goal is to remove artificial colours and flavours from our cereals, a variety of snack bars and *Eggo* frozen foods by the end of 2018. We've already completed our work with *Eggo* and continue to make progress on our cereal and snacks. Already in Canada, 78 per cent of our cereals are made without artificial colours, and 63 per cent are made without artificial flavours.
- 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 of 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 of 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 Reader's Digest Canada's "Most Trusted Cereal Brand", Brandspark's "2017 Most Trusted Cereal Brand", The Reputation Institute's "5th Most Reputable Company", and Leger Marketing's "8th Most Reputable Brand in Canada".
- 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 and support of healthcare professionals. In 2016, Kellogg shared the results of a new study with dietitians, nurses and diabetes educators that quantifies the positive economic impact of increasing fibre intake. The research demonstrated that if Canadian adults increased their intake of cereal fibre by just 1 gram per day, annual healthcare costs related to cardiovascular disease and type 2 diabetes could be reduced by up to \$143.2 million.

Feeding People in Need

The 2016/2017 report covers strategic philanthropy in these key areas: hunger relief, breakfast programs, employee volunteerism and engaging people in the fight against hunger. 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 focus our philanthropic efforts on providing breakfast to those in need around the world. Through Breakfasts for Better Days, Kellogg has already helped make billions of days better for people in need, providing 1.9 billion servings of food since 2013. Our new goal is to create three billion Better Days worldwide by 2025.
- Over the past 10 years, Kellogg Canada has donated more than \$3 million dollars and 30 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 the recipient of Food Banks Canada's (FBC) 2016 Award of Excellence, Kellogg Canada is leading the fight against hunger with our longstanding support of product and financial donations to FBC, as well as various initiatives such as the After the Bell summer hunger program.
- To help those affected by the tragic wildfires in Fort McMurray, AB, Kellogg Canada donated 19,500 lbs of cereal and snacks, as well as a \$50,000 monetary donation to the Alberta Food Bank to help provide important nourishment and hunger relief to impacted Albertans, their families and their communities.
- To help address an immediate need for culturally-specific Middle Eastern food for the increasing number of new Canadians and refugees settling in Mississauga, Kellogg Canada made a financial donation to the Mississauga Muslim Community Centre.
- In 2016, for the third year running, Kellogg Canada encouraged in-store consumers to buy a box of participating Kellogg's product to help feed children and families in need. As such, Kellogg Canada made a \$50,000 donation to Food Banks Canada, and has donated a total of \$125,000 to Food Banks Canada since 2014 through this in-market activation.
- Kellogg Canada Care\$ recognizes the time and talents our employees contribute to our communities by donating funds to eligible organizations where they volunteer.
- As part of our 2025 Better Days pledge, we've committed to 45,000 volunteer days by Kellogg Employees. In Canada, 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 After the Bell food volunteer packing day.

Nurturing Our Planet

The 2016/2017 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 play significant roles in agriculture, but often face challenges of injustice and inequality. As of 2016, we've pledged our support for 10,000 women farmers around

the globe. 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.
- Around the world and in Canada, 100 per cent of the timber-based packaging Kellogg uses comes either from recycled content or certified sustainable sources.
- We continue to look for opportunities to introduce more resource-efficient packaging that includes more recycled content, is more recyclable and/or reduces food-to-packaging ratios.
- In 2016, our Belleville, ON facility achieved its Zero Waste to Landfill goal. The manufacturing facility was also 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.

Living Our Founders Values

The 2016/2017 report covers ethical operations, protecting human rights, and embracing diversity and inclusion. 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.
- To help guide our employees, our Global Code of Ethics details how employees are expected to live our values in the workplace, with our consumers, in the marketplace, in our communities and for investors.
- 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.

###



FICHE D'INFORMATION – RAPPORT SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE 2016/2017 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 : nourrir avec nos aliments, nourrir des gens dans le besoin, prendre soin de notre planète et prôner les valeurs de nos fondateurs. 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.

Nourrir avec nos aliments

Le rapport de 2016/2017 traite de l'information en matière de nutrition et de santé, des renseignements destinés aux consommateurs et de la sensibilisation des consommateurs, du marketing et de l'approvisionnement responsable, de la qualité de la production et de la sécurité alimentaire. Dans ces domaines, Kellogg Canada participe activement aux initiatives suivantes :

- En 2015, Kellogg s'est engagée à respecter les convictions mondiales en matière d'alimentation, ce qui a eu une incidence sur notre façon d'innover, de nous approvisionner en ingrédients et de commercialiser nos produits. Par exemple, nous travaillons à réduire, d'ici 2020, 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.
- Notre objectif : retirer tous les colorants et arômes artificiels des céréales, de certaines barres collations et des produits surgelés *Eggo* d'ici la fin de 2018. Nous avons déjà atteint notre objectif pour les produits *Eggo* et poursuivons notre travail pour les céréales et les collations. Déjà au Canada, 78 % de nos céréales sont fabriquées sans colorants artificiels, et 63 % sont fabriquées sans arômes artificiels.
- 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 : elle a notamment été considérée comme possédant la marque de céréales pour petit déjeuner la plus digne de confiance au Canada selon Reader's Digest, la marque de céréales la plus fiable de 2017 selon Brandspark, la cinquième marque la plus réputée au Canada selon The Reputation Institute et la huitième marque la plus réputée au Canada selon Léger Marketing.

- 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 le soutien et l'éducation des professionnels de la santé. En 2016, Kellogg a fait part aux diététistes, aux infirmières ainsi qu'aux éducateurs spécialisés en diabète des résultats d'une nouvelle étude qui permet de quantifier les répercussions positives d'une augmentation de la consommation de fibres sur l'économie. Selon cette étude, si les adultes canadiens augmentaient leur consommation de fibres céréaliers d'un seul gramme par jour, les coûts des soins de santé annuels associés aux maladies cardiovasculaires et au diabète de type 2 pourraient baisser de près de 143,2 millions de dollars.

Nourrir des gens dans le besoin

Le rapport de 2016/2017 traite de ces domaines d'activités philanthropiques stratégiques : les programmes de petits déjeuners, le bénévolat des employés et la lutte contre la faim. 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. Grâce à Des petits déjeuners pour des meilleures journées, Kellogg a déjà contribué à créer des milliards de meilleures journées pour des gens dans le besoin en offrant 1,9 milliard de portions de nourriture depuis 2013. Notre nouvel objectif est de créer 3 milliards de meilleures journées pour des gens du monde entier d'ici 2025.
- Au cours des dix dernières années, nous avons remis plus de 3 millions de dollars et 30 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.
- En tant que récipiendaire du prix d'excellence de l'année 2016 de Banques alimentaires Canada (BAC), Kellogg Canada mène la lutte contre la faim en continuant à offrir un soutien durable sous forme de dons en argent et en produits à BAC, et au moyen de différentes initiatives, notamment le programme Après la cloche.
- Nous avons distribué 19 500 lb de céréales et de collations pour aider les personnes touchées par les tragiques incendies de forêt de Fort McMurray en Alberta; nous avons aussi fait un don de 50 000 \$ à l'Alberta Food Bank pour aider à nourrir et à soulager de la faim les Albertains, leurs familles et les communautés touchés.
- En raison de l'arrivée de nouveaux Canadiens et de réfugiés à Mississauga, Kellogg Canada a fait un don en argent au centre communautaire musulman de Mississauga pour aider à répondre à la demande immédiate d'aliments ethniques du Moyen-Orient.
- En 2016, pour une troisième année consécutive, Kellogg Canada a encouragé les consommateurs en magasin à acheter une boîte d'un produit Kellogg participant pour aider à nourrir les enfants et les familles dans le besoin. Kellogg a fait un don de 50 000 \$ à Banques alimentaires Canada et a fait une contribution totale de 125 000\$ à Banques alimentaires Canada depuis 2014 grâce à cette exécution sur le marché.
- 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.
- Dans le cadre de notre engagement pour de meilleures journées d'ici 2025, nous avons promis 45 000 jours de bénévolat accompli par des employés de Kellogg. Au Canada, 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 une journée à emballer de la nourriture pour « Daily Bread Food Bank's Food Sort Challenge » et Après la cloche de Banques alimentaires Canada.

Prendre soin de notre planète

Le rapport de 2016/2017 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 jouent un rôle important dans ce secteur, mais qui sont souvent confrontés à des injustices ou des inégalités. Depuis 2016, nous avons soutenu 10 000 agricultrices partout dans le monde. 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, 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.
- Partout dans le monde et au Canada, la totalité des emballages en bois utilisés par Kellogg proviennent de matières recyclées ou d'une source d'approvisionnement durable.
- Nous examinons aussi d'autres possibilités pour offrir des emballages écologiques qui sont faits à partir d'une plus grande quantité de matériaux recyclés, qui se recyclent davantage ou qui ont un plus petit rapport aliment-emballage.
- En 2016, notre usine de Belleville en Ontario a atteint son objectif « Aucun déchet dans les sites d'enfouissement ». Notre usine de fabrication a aussi 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.

Prôner les valeurs de nos fondateurs

Le rapport de 2016/2017 traite de la gestion éthique, de la protection des droits de la personne et de l'acceptation de la diversité et de l'intégration. Dans ces domaines, Kellogg Canada participe activement aux initiatives suivantes :

- Chez Kellogg, nous voulons non seulement être un fabricant de produits alimentaires de choix, mais également un employeur de choix dans les collectivités où se trouvent nos établissements. Nous cherchons à offrir un environnement de travail axé sur des valeurs favorisant la sécurité et l'intégration, qui permet aux employés de se perfectionner et qui récompense ceux qui ont eu un comportement éthique et obtenu des résultats stables.
- 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^{MC} – intégrité, responsabilité, passion, humilité, simplicité et réussite – nous distinguent comme entreprise et constituent la base de la culture de notre milieu de travail.
- Pour guider nos employés, notre Code d'éthique international explique la façon dont les employés doivent respecter nos valeurs sur le lieu de travail, avec nos consommateurs, sur le marché, dans les communautés et avec les investisseurs.
- Les programmes d'apprentissage et de développement sont essentiels aux efforts que nous déployons pour réunir une pléiade d'employés compétents afin d'être un 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.

###