

INFUSER

LE CHANGEMENT

Sommaire pour l'exercice financier 2016

KEURIG GREEN MOUNTAIN, INC.

33 Coffee Lane
Waterbury, VT 05676

TÉLÉPHONE 1 800 545-2326
COURRIEL sustainability@keurig.com
www.KeurigGreenMountain.com

CONTENU

BuzzWord, Inc.
www.GoBuzzWord.com

CONCEPTION

Celery Design Collaborative
www.CeleryDesign.com

KEURIG
GREEN MOUNTAIN



Le développement
durable chez Keurig
Green Mountain

KEURIG
GREEN MOUNTAIN

ENGAGÉE

vers la responsabilité environnementale

BÂTIR

des chaînes d'approvisionnement résilientes

MOBILISER

nos gens et nos communautés

En tant qu'entreprise fondée sur la responsabilité sociale, Keurig s'engage à utiliser la force des affaires pour infuser un monde meilleur.

Nous y parvenons en intégrant nos valeurs à tout ce que nous faisons, de la conception de nos nouvelles capsules K-Cup® recyclables aux divers programmes qui mobilisent et soutiennent nos gens, nos communautés et nos chaînes d'approvisionnement.

RECYCLABLE

Les capsules K-Cup® recyclables sont en cours de fabrication dans notre chaîne de production, et leur nombre ne fera qu'augmenter chaque année jusqu'à ce que 100 % d'entre elles soient recyclables, d'ici la fin de 2020.



En 2016, nous avons lancé les premières capsules K-Cup® recyclables au Canada et aux États-Unis. La prochaine étape importante sera de convertir la totalité des capsules K-Cup® du marché canadien d'ici la fin de 2018. Puisque les infrastructures de recyclage sont de pointe et que les consommateurs canadiens manifestent un grand intérêt et un fort engagement envers le recyclage, c'est l'endroit parfait où effectuer notre premier lancement à grande échelle. À compter de 2018, nous lancerons aussi un plus grand nombre de variétés pour nos consommateurs des États-Unis.

Pour produire les nouvelles capsules, nous convertissons plus de 100 chaînes d'emballage, réparties dans sept installations de fabrication. Nous tenons cependant à ce que nos capsules K-Cup® ne soient pas seulement recyclables d'un point de vue théorique : nous voulons qu'elles soient réellement recyclées. C'est pourquoi nous travaillons à soutenir et à améliorer les systèmes de recyclage.

Pour en apprendre davantage sur nos démarches relatives à la recyclabilité, visitez www.KeurigRecycling.com.



UNE CONCEPTION FAVORABLE AU RECYCLAGE

en choisissant d'utiliser un plastique en grande demande par les recycleurs : le polypropylène (n° 5)



AMÉLIORER LES SYSTÈMES DE RECYCLAGE

grâce à nos investissements et à nos partenariats



INNOVER CONSTAMMENT

pour veiller à ce que le système Keurig® soit aussi durable que possible, en faisant progresser les matières d'emballage et les programmes de récupération

CATALYSER

Accroître l'accès au recyclage

Chaque année, nous investissons **plus de 1 million \$** dans les systèmes de recyclage et dans l'éducation du public en matière de recyclage. En collaboration avec nos partenaires, nous travaillons à accroître le recyclage effectué dans les communautés.

En investissant dans le **Closed Loop Fund** et dans **The Recycling Partnership**, nous avons contribué aux réalisations suivantes* :

plus de 60 000 kilogrammes de déchets ont été détournés des sites d'enfouissement

plus de 325 000 tonnes d'émissions de gaz à effet de serre (GES) ont été évitées

plus de 10 millions de foyers engagés à améliorer leurs pratiques de recyclage

* En date de décembre 2016.

Recycler plus de plastique

Les capsules K-Cup® recyclables disposent du même potentiel de récupération qu'un pot de yogourt en portion individuelle et que tout autre article en plastique polypropylène n° 5, mais il reste beaucoup à faire. Nous nous efforçons de rendre la récupération du plastique encore plus efficace.

Le **protocole de test primé** que nous avons développé nous renseigne sur le tri des articles dans les installations de recyclage. Autant les entreprises que les recycleurs peuvent se servir de ces renseignements pour veiller à ce que leurs produits et leurs emballages soient non seulement recyclables, mais surtout recyclés.

Promouvoir l'utilisation du plastique recyclé

Nous collaborons au soutien d'un marché vigoureux dans lequel une plus grande quantité de plastique est réutilisée pour la fabrication de nouveaux produits durables, comme des bacs de rangement et du mobilier de jardin (et peut-être même éventuellement dans nos propres produits). Plus nous utiliserons de plastique recyclé dans la fabrication de nouveaux produits, plus il sera rentable de le récupérer.



95 %

de la valeur matérielle d'un emballage en plastique est perdue après un usage seulement (l'équivalent de 80 à 120 milliards \$ par an)**



** Ellen MacArthur Foundation, « The New Plastics Economy: Rethinking the Future of Plastics », 2016.

De la Colombie à Sumatra, le travail que nous effectuons avec les communautés caféicultrices fait partie intégrante de notre succès en tant qu'entreprise.

Chez Keurig, nous soutenons les caféiculteurs et leurs familles, pour qu'ils puissent améliorer leur qualité de vie et la santé de leur ferme. Nous renforçons la résilience de notre chaîne d'approvisionnement en café (de même que toutes nos chaînes d'approvisionnement), grâce à nos

partenariats, nos engagements et nos pratiques d'approvisionnement responsables. Ces efforts entraînent, quant à eux, un approvisionnement plus fort et plus stable en café de grande qualité pour chaque tasse que nos consommateurs infusent.

Nous visons à améliorer la qualité de vie des membres de notre chaîne d'approvisionnement en mettant l'accent sur les domaines clés suivants :



Amélioration des techniques agricoles



Résolution des problématiques liées à l'eau et adaptation aux changements climatiques



Renforcement des organisations de cultivateurs

IMPACT

Plus de 417 000

personnes sont engagées à améliorer leurs moyens de subsistance

Plus de 6,8 millions \$

de primes sociales issues du commerce équitable ont été versées aux cultivateurs de café indonésiens par l'entremise de nos achats.

Plus de 7 000

personnes au **Salvador, au Honduras et au Nicaragua** ont adopté de meilleures pratiques de gestion de l'eau, tant à la maison qu'à la ferme de café.



Plus de 5 000

personnes au **Nicaragua** ont maintenant une alimentation plus stable, diversifiée et nutritive.



Nous avons réuni 125

cultivateurs et fournisseurs au **Brésil** pour discuter d'enjeux comme la qualité du café, la gestion de l'eau et la gestion de la main-d'œuvre.

Plus de 16 000

familles de cultivateurs de l'**Ouganda** ont reçu une formation sur les techniques de culture visant à améliorer la qualité du café.



■ Approvisionnement en café

Nous portons une grande attention aux besoins des communautés caféicultrices, en soutenant les organisations qui se spécialisent dans la formation agricole, les pratiques durables de gestion de l'eau, la sécurité alimentaire, la gestion de la main-d'œuvre, et plus encore.

Nous sommes en bonne voie d'atteindre notre objectif, soit celui de mobiliser un million de personnes de nos chaînes d'approvisionnement afin d'améliorer de façon significative leur qualité de vie. À l'heure actuelle, nos partenaires ont réussi à mobiliser plus de 417 000 personnes.

Keurig a acheté **92,2 millions de kilogrammes** de café vert au cours de l'exercice 2016. À nos yeux, il s'agit de **92,2 millions d'occasions** d'améliorer la qualité de vie des cultivateurs. Cette carte présente certains des partenariats que nous entretenons afin d'avoir un impact réel.



Plus de 500 employés ont voyagé en pays d'origine au cours des deux dernières décennies

55 % de nos employés ont participé à des programmes de bénévolat, pour un total de plus de 56 000 heures au cours de l'exercice 2016.

« Nos voyages d'employés en pays d'origine sont en quelque sorte l'âme de notre entreprise. Ces voyages font ressortir ce qu'il y a de mieux en nous : notre attention aux autres, notre générosité et notre esprit d'innovation. »

— AMY BROSIUS, service juridique, South Burlington, VT.

C'est l'engagement de nos employés qui permet le succès de notre entreprise. Nous savons que lorsque les gens se sentent mobilisés au travail, ils sont plus heureux, ont plus de succès dans leur carrière et contribuent davantage à notre entreprise et à leur communauté.

L'un des meilleurs moyens de mobiliser nos employés et de les aider à comprendre l'incidence globale de notre entreprise est de leur faire visiter la source de nos activités : les régions productrices de café. Keurig invite des groupes d'employés à visiter les communautés caféicultrices, partout dans le monde, depuis plus de 20 ans. Nos employés ont alors la chance de voir de leurs propres yeux d'où provient notre café, et d'établir un lien plus étroit avec les gens qui participent aux toutes premières étapes de notre cycle de production. Nos employés décrivent fréquemment les voyages en pays d'origine comme des expériences transformatrices, qui modifient leur manière de voir les choses et qui élargissent leurs horizons. Aucune photo ni vidéo ne peut avoir un tel effet.

PROGRÈS

Au cours de l'exercice 2016, nous avons fait de grands progrès dans l'atteinte de nos cibles ambitieuses pour 2020, notamment en ce qui a trait à la capsule K-Cup® recyclable.



Cible : 100 % des capsules K-Cup® seront recyclables d'ici la fin de 2020.

Mise en vente des premières capsules K-Cup® recyclables en 2016. Toutes les capsules K-Cup® vendues au Canada seront recyclables d'ici la fin de 2018.



Cible : Nous approvisionner à 100 % en produits agricoles primaires et fabriqués qui respectent les lignes directrices d'approvisionnement responsable établies par Keurig Green Mountain.

73 % Traçabilité du café vert
25 % Café ayant une certification liée au développement durable



Cible : Réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) des boissons infusées de 25 % par rapport à la référence de 2012.

Cible atteinte! Nous allons fixer un nouvel objectif en fonction de la référence de 2015 tout en continuant de mettre l'accent sur l'efficacité de nos opérations et l'amélioration de nos mesures d'émissions.

Cible : Mobiliser un million de personnes de nos chaînes d'approvisionnement afin d'améliorer leur qualité de vie, entre autres par l'approvisionnement en eau potable et la résilience face aux changements climatiques.

Plus de 417 000 personnes mobilisées afin d'améliorer de façon significative leur qualité de vie.



Cible : Engager 100 % de nos employés afin qu'ils comprennent notre vision et nos valeurs, et leur offrir des occasions leur permettant de contribuer à nos objectifs.



70 % des employés participent à des programmes de développement durable ou à des initiatives d'éducation.

Cible : Atteindre l'objectif « zéro déchet » dans toutes nos installations de production et de distribution.



93 % Taux de détournement des matières résiduelles de nos installations de production (en hausse par rapport à 88 % à l'exercice 2015).



Cible : Équilibrer 100 % de l'eau utilisée pour infuser toutes nos boissons en 2020 (litre pour litre).

97 % Le pourcentage du volume d'eau utilisé dans nos boissons à l'exercice 2016 que nous avons contribué à rendre à la nature, soit près de 2,7 milliards de litres.