



soif de faire
le bien





En 2018, Keurig Green Mountain et Dr Pepper Snapple Group ont fusionné pour former Keurig Dr Pepper (KDP), la première entreprise en Amérique du Nord à réunir à grande échelle boissons chaudes et boissons froides. Notre vision consiste à proposer des boissons répondant à tous les besoins, offertes partout où les consommateurs magasinent. Notre fusion n'a pas seulement donné naissance à une plus grande entreprise; grâce à nos quelque 25 000 employés réunis, à nos ressources combinées, à nos activités élargies et à notre plus grande présence dans les communautés, nous sommes plus que jamais en mesure d'avoir un impact positif partout dans le monde.



Notre vision ambitieuse s'accompagne d'un engagement d'approvisionnement, de production et de distribution responsables.

Chez KDP, nous prenons en compte notre impact dans tous les aspects de nos activités, des ressources dont nous dépendons pour fabriquer nos produits jusqu'aux matières que nous utilisons – et qui peuvent être réutilisées – dans nos emballages. Nous sommes soucieux de l'incidence de nos décisions sur nos producteurs, nos fournisseurs, nos partenaires, nos employés et nos communautés.

Avant même notre fusion, nos deux entreprises ont réalisé des progrès mesurables dans les domaines du recyclage, de l'approvisionnement responsable du café, et de l'aménagement d'espaces de jeu pour des millions d'enfants. En devenant une seule entreprise, nous avons examiné notre chaîne de valeur de façon globale afin de déceler les occasions d'en faire plus. Nous cherchons à mobiliser nos ressources internes et externes afin de nous attaquer à des enjeux importants, tout en contribuant à l'essor de notre industrie au moyen de partenariats, d'innovations et d'investissements.

soif de faire le bien



Faire en sorte que nos boissons aient un impact positif à chaque consommation.

Nous canalisons l'énergie et les ressources de notre entreprise dans les initiatives qui nous paraissent avoir le plus d'impact.



Chaîne d'approvisionnement

Des bienfaits sur toute la ligne

Nous utilisons notre pouvoir d'achat à bon escient en nous approvisionnant toujours de façon éthique et responsable.



Environnement

Une responsabilité assumée

Nous visons à avoir un impact net positif dans les lieux où nous exerçons nos activités, en favorisant l'économie circulaire.



Santé et mieux-être

Santé et mieux-être

Notre gamme de produits est diversifiée, et nous fournissons aux consommateurs des outils qui leur permettent de faire des choix éclairés pour eux et leur famille.



Communautés

Un voisin engagé

Nous sommes déterminés à redonner à la société, et nous encourageons nos employés à s'investir dans les communautés où ils vivent et travaillent.

Nos objectifs

Chaîne d'approvisionnement

- ▶ D'ici 2020, nous approvisionner de façon responsable pour la totalité de notre café et de nos cafetières
- ▶ D'ici 2020, améliorer considérablement la vie d'un million de personnes dans notre chaîne d'approvisionnement

Environnement

- Emballages**
 - ▶ D'ici la fin de 2020, aux États-Unis, convertir toutes les capsules K-Cup® au format recyclable
 - ▶ D'ici 2025, rendre nos emballages 100 % recyclables ou compostables
 - ▶ D'ici 2025, utiliser 30 % de matières recyclées après consommation dans tous nos emballages
- Matières résiduelles**
 - ▶ D'ici 2025, n'envoyer aucune matière résiduelle dans les sites d'enfouissement
- Eau**
 - ▶ D'ici 2025, conclure des partenariats avec les communautés où l'approvisionnement en eau est le plus à risque, en vue de restaurer un volume équivalent à 100 % de l'eau utilisée dans la fabrication de nos boissons
 - ▶ D'ici 2025, améliorer de 20 % l'efficacité de notre utilisation de l'eau
- Énergie**
 - ▶ D'ici 2025, tirer 100 % de notre électricité de sources renouvelables

Santé et mieux-être

- ▶ Conclure des partenariats avec des organisations de premier plan afin de stimuler l'innovation et d'améliorer la transparence en matière de santé et de mieux-être

Communautés

- ▶ D'ici 2020, fournir des espaces de jeu à 13,5 millions d'enfants et leur famille



Chaîne d'approvisionnement

Des bienfaits sur toute la ligne

Nous incitons nos fournisseurs, nos producteurs et nos partenaires d'affaires à s'assurer qu'on adopte des pratiques durables dans toute la chaîne d'approvisionnement.

Tout comme nos fournisseurs jouent un rôle important dans notre succès, nous participons également à leur réussite. Nous cherchons à comprendre de façon globale le mode de fonctionnement de nos fournisseurs, et nous leur offrons de la formation, des outils et des ressources qui les aident à surmonter les difficultés et à prospérer à long terme dans un monde en constante évolution. Jusqu'ici, nous avons touché plus de 630 000 personnes dans le secteur du café, grâce à des programmes d'investissement à impact social qui aident les producteurs à accroître leur rendement, leur rentabilité et leur résilience.



ENGAGÉS POUR UN APPROVISIONNEMENT EN CAFÉ 100% RESPONSABLE
www.Keurig.ca/CafeResponsable

D'ici 2020, nous visons à nous approvisionner de façon responsable pour la totalité de notre café et de nos cafetières. Nous sommes parmi les plus grands acheteurs de café équitable dans le monde, et nous soutenons divers programmes de certification, dont Rainforest Alliance et UTZ.

POINT DE MIRE

Soutien aux producteurs de café

Nous cherchons des occasions d'aider les producteurs de café à s'adapter aux transformations de l'environnement, et de prévenir les conséquences négatives sur les ressources naturelles. À titre de membre fondateur de World Coffee Research, nous travaillons à développer la résilience des producteurs par rapport au changement climatique, et à adapter les caféiers aux stress environnementaux croissants.



Environnement

Une responsabilité assumée

Nous nous efforçons de fabriquer nos produits en utilisant moins d'énergie et d'eau, tout en ne produisant aucun déchet, afin de réduire notre empreinte environnementale et d'accroître notre efficacité.

Matières résiduelles

D'ici 2025, nous voulons éliminer complètement les matières résiduelles de fabrication envoyées à l'enfouissement, et nous avons actuellement atteint 86 % de cet objectif.

Eau

D'ici 2025, nous concluons des partenariats avec les communautés où l'approvisionnement en eau est le plus à risque, en vue de restaurer une quantité équivalente à l'eau utilisée dans la fabrication de nos boissons, et nous améliorerons de 20 % l'efficacité de notre utilisation d'eau.

Énergie

D'ici 2025, nous tirerons 100 % de notre électricité de sources renouvelables. De plus, nous élaborons un plan de réduction de nos émissions de carbone basé sur la science, afin de réduire davantage notre empreinte carbone.

POINT DE MIRE

Collaborer pour une eau plus saine

Dans les communautés où l'approvisionnement en eau est le plus à risque, nous visons à restaurer une quantité équivalente à la totalité de l'eau que nous y utilisons dans la fabrication de nos boissons, en participant à des projets de protection ou de rétablissement des sources d'eau et des habitats naturels. Nous soutenons entre autres un projet de rétablissement de la prairie indigène, près de Houston, au Texas, qui vise à protéger l'eau douce et à préserver les habitats côtiers. Le rétablissement des herbes indigènes a réduit le ruissellement et a permis à la terre d'absorber et de disperser l'eau de pluie et des inondations, procurant un moyen économique de protéger les collectivités côtières des conséquences des tempêtes.



L'évolution de nos emballages

Nos emballages méritent une deuxième vie; c'est pourquoi nous les rendons tous 100 % recyclables ou compostables d'ici 2025.

Nous voulons aussi contribuer à l'économie circulaire en utilisant 30 % de matières recyclées dans tous nos emballages d'ici 2025, ce qui réduira notre utilisation de plastique neuf et nos émissions de carbone.

L'amélioration des emballages sur le plan de la qualité, de la commodité, de la récupérabilité ou de la réutilisation exige la collaboration de tous les intervenants de la chaîne de valeur. Grâce à notre propension à former des partenariats gagnants, nous collaborons étroitement avec de nombreux intervenants – y compris des groupes industriels, des ONG et des sociétés d'investissement – afin de réaliser des initiatives collectives qui dépassent nos objectifs d'entreprise.



Notre partenariat avec Keurig Dr Pepper a démontré que nous pouvons repenser ensemble la totalité de la chaîne de valeur du recyclage. Notre collaboration a transformé nos relations et notre réflexion sur la participation des propriétaires de marques à la gestion des produits en fin de vie.

Paulina Leung, vice-présidente, Stratégie d'entreprise et Développement des affaires, Enterra Group



S'assurer que les matières recyclables se rendent au bon endroit

Dans une économie circulaire, les produits doivent être recyclables et recyclés. Keurig Dr Pepper collabore avec les récupérateurs, les recycleurs de plastique et les communautés pour s'assurer que ses emballages aient une valeur de recyclage.



Cela signifie qu'ils puissent être facilement transportés des bacs de recyclage résidentiels aux installations de récupération, et être réutilisés sous forme de nouveaux biens durables. Il ne nous suffit pas que nos capsules K-Cup® soient recyclables. Nous nous assurons aussi qu'elles sont bel et bien recyclées par les buveurs de café nord-américains, et qu'elles sont récupérées par les recycleurs. La rigueur dont nous avons fait preuve à ce chapitre a grandement dynamisé le recyclage du plastique, tout en relevant la norme de responsabilité pour les fabricants.

POINT DE MIRE

100 % des capsules K-Cup® sont maintenant recyclables au Canada

Keurig Dr Pepper a converti 100 % des capsules K-Cup® au format recyclable au Canada à la fin de 2018, soit deux ans plus tôt que prévu. Nous avons conçu nos capsules de sorte que les consommateurs puissent en retirer l'opercule d'aluminium, composter le marc de café, puis mettre les contenants en polypropylène n°5 dans leur bac de recyclage municipal. D'ici la fin de 2020, 100 % des capsules K-Cup® seront également recyclables aux États-Unis.





Des choix qui font du bien

Plus de façons de réduire la teneur en sucre

Notre engagement envers les consommateurs est simple en matière de santé et de mieux-être: leur proposer une gamme de boissons équilibrée, et leur fournir les ressources nécessaires pour faire des choix éclairés pour eux et leur famille. Sans cesse en développement, notre gamme de produits contient plus de choix hypocaloriques que jamais, et nos petits formats permettent aux buveurs de doser parfaitement la consommation de leurs produits préférés. Nous nous assurons aussi que les consommateurs ont accès aux renseignements utiles pour faire des choix éclairés; ainsi, nous indiquons l'apport calorique sur nos emballages, et nous fournissons en ligne des renseignements détaillés sur la valeur nutritive de nos produits.

Des espaces de jeu pour plus d'enfants

Une vie active contribue à la santé; c'est pourquoi nous nous efforçons d'offrir aux familles des moyens de maintenir l'équilibre entre l'apport calorique et l'activité physique. Conçue pour fournir aux enfants un meilleur accès aux jeux actifs et à leurs bienfaits, notre initiative Let's Play (Jouons ensemble) fournit le financement, l'équipement et les espaces de jeu nécessaires pour que les enfants et leur famille puissent s'adonner quotidiennement à l'activité physique. Depuis 2011, nous avons investi plus de 38 millions de dollars dans cette initiative. D'ici 2020, plus de 13 millions d'enfants joueront grâce à ce programme.

POINT DE MIRE

Répondre à la demande pour des produits moins sucrés

Au printemps 2018, nous avons lancé la gamme Mott's Sensibles^{MC} afin d'offrir aux familles un produit 100 % jus, mais contenant 30 % moins de sucre que le jus de pomme ordinaire. De plus, le jus Mott's Sensibles^{MC} ne contient aucun sucre ajouté ni édulcorant, arôme ou colorant artificiel. Nos recherches ont révélé que 60 % des parents se soucient de la teneur en sucre des jus, et se préoccupent en particulier de la quantité de sucre qu'ils donnent à leurs enfants. La gamme Mott's Sensibles^{MC} est un exemple de notre engagement à innover et à proposer aux consommateurs des nouveaux produits qui répondent à leurs besoins.



Un voisin engagé

Par la philanthropie d'entreprise, les relations communautaires et la mobilisation caritative des employés, nous contribuons au bien-être et à l'essor des communautés.

Ensemble, préparer un avenir meilleur

Nous vivons et travaillons dans des centaines de communautés, et nous sommes déterminés à nous attaquer aux grands enjeux avec nos partenaires et nos voisins. Qu'il s'agisse de régler des problèmes qui touchent nos producteurs de café, d'aménager des aires de jeu pour les enfants grâce à nos partenariats de longue date avec les organismes sans but lucratif KaBOOM! et Good Sports, ou encore de fournir des bacs de recyclage publics à des organismes communautaires en collaboration avec Keep America Beautiful, nous changeons les choses pour le mieux dans les domaines qui nous concernent et qui touchent nos collectivités.

Agir en bonne voisine

Keurig Dr Pepper croit qu'une entreprise citoyenne doit aussi être une bonne voisine. Nous répondons aux besoins de nos communautés au moyen de commandites, de dons de produits et de dons en argent. Nous croyons aussi que le fait d'encourager nos employés à faire du bénévolat contribue à notre volonté de redonner à la communauté. Par des dons de temps, d'argent ou de produits, nous soutenons diverses initiatives allant de l'aide aux familles ou à certaines causes, à la protection des habitats et des ressources naturelles locales.

POINT DE MIRE

Redonner ensemble

Nous croyons que le fait d'encourager nos employés à faire du bénévolat contribue à notre volonté de redonner à la communauté. En 2018, les employés de KDP ont fait plus de 36 000 heures de bénévolat dans le cadre de projets commandités par l'entreprise.





keurigrpepper.com/CR
(en anglais seulement)

