

# Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021



# Table des matières

- 02** Un message de notre Président et Chief Executive Officer
- 04** Nous rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations
  - 05** Lieux où nous opérons
  - 06** Notre chaîne de valeur
  - 10** Notre stratégie ESG
- 11** Nos priorités stratégiques ESG
  - 12** Consommation réfléchie et modération
  - 21** Climat
  - 26** Gestion de l'eau
  - 31** Agriculture durable
  - 35** Emballage circulaire
  - 38** Éthique et transparence
  - 44** Entrepreneuriat
  - 47** Diversité et inclusion
- 50** Gouvernance et engagement des parties prenantes
  - 51** Surveillance ESG
  - 56** Évaluation de la pertinence et engagement des parties prenantes
- 59** Indice ESG et cadres de rapports
  - 60** Indice ESG 2021
  - 72** Objectifs de développement durable 2025
  - 73** Cadres de rapports
    - 73** GRI
    - 78** SASB
    - 80** ODD de l'ONU
    - 87** Indice du Pacte mondial de l'ONU
    - 88** TCFD
    - 93** Mesures du capitalisme des parties prenantes du WEF
    - 94** Taxinomie de l'UE
- 95** Périmètre du rapport
- 97** Lettre d'assurance



**Ce rapport est interactif : lorsque vous apercevez cette icône, cliquez dessus pour en savoir plus.**

Les photos de collègues et partenaires incluses dans ce rapport ont été prises dans le respect des directives locales relatives au COVID-19.

# Un message de notre Président et de notre Chief Executive Officer

GRI : 102-12, 102-14

## Nous rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations.

**Chez AB InBev, nous réinventons l'avenir ensemble. 2021 fut une année de transformation, au cours de laquelle nous nous sommes mis au défi de mener et de développer notre catégorie, de proposer de nouvelles manières de profiter pleinement des moments de la vie et d'avoir un impact plus significatif sur nos communautés et le monde.**

Notre ambition de mener et de développer la catégorie bière est renforcée par notre conviction commune et notre intention claire de favoriser un avenir durable et inclusif. C'est pourquoi nous avons présenté notre nouvel objectif mondial : Nous rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations. Il s'agit d'embrasser un sens du leadership plus large afin de cultiver une prospérité commune et une création de valeur à long terme.

**« Afin de refléter notre engagement de création de valeur à long terme, nous développons nos objectifs ESG pour mieux répondre à l'évolution du monde, favoriser notre vision commerciale et remplir notre objectif entrepreneurial. »**

**Marty Barrington**

### Un avenir avec plus de célébrations est garant de prospérité commune pour nos communautés, la planète et notre entreprise.

Notre vision d'un avenir avec plus de célébrations prévoit plus de durabilité, d'innovation, d'inclusion, de composants naturels et d'impact local. Nous sommes déterminés à respecter les principes du Pacte mondial des Nations Unies (ONU) et sommes honorés d'avoir été nommés entreprise LEAD en reconnaissance de notre détermination constante à contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable de l'ONU (ODD). La bière est un moteur formidable de croissance économique et de développement durable, et une force motrice pour la promotion de normes sociales axées sur la responsabilité et la modération.

### Le développement durable est porteur et un élément fondamental de notre entreprise.

De la construction d'une chaîne de valeur résiliente et agile au renforcement de notre rôle de partenaire fiable au sein des communautés locales, en passant par l'identification et l'utilisation de nouvelles sources de valeur commerciale, le



développement durable joue un rôle clé dans la réalisation de notre objectif et de notre vision commerciale. C'est pourquoi, en 2021, nous avons annoncé la nomination d'Ezgi Barcenas au poste consacré de Chief Sustainability Officer, reflétant notre engagement à obtenir des résultats commerciaux et à créer une valeur commune grâce à nos objectifs environnementaux, sociaux et de gouvernance.

Nous nous sommes axés sur huit priorités stratégiques ESG pour réaliser notre stratégie commerciale : Consommation réfléchie et modération, climat, gestion de l'eau, agriculture durable, emballage circulaire, éthique et transparence, entrepreneuriat, et diversité et inclusion. Nous sommes stimulés par l'annonce de notre ambition d'atteindre la neutralité carbone dans toute notre chaîne de valeur à l'horizon 2040 et d'avoir annoncé nos premières brasseries neutres en carbone à Wuhan, en Chine, et à Ponta Grossa, au Brésil, ainsi que notre première malterie neutre en carbone à Passo Fundo, au Brésil.

#### **La catégorie bière est inclusive, neutre et locale.**

Grâce à notre portefeuille de marques emblématiques, notre processus de commercialisation et notre approche axée sur le consommateur, nous sommes particulièrement bien placés pour mener et développer la catégorie tout en stimulant la transformation durable dans toute notre chaîne de valeur. Nous sommes fiers d'avoir été reconnus par le CDP (anciennement Carbon Disclosure Project) en tant que 2021 Supplier Engagement Leader pour avoir collaboré avec notre chaîne d'approvisionnement pour assurer une transition équitable vers un avenir neutre en carbone.

#### **Nous soutenons les entrepreneurs qui constituent le pilier des économies locales.**

Nous collaborons étroitement avec de petites et moyennes entreprises dans l'ensemble de notre chaîne de valeur, comprenant des dizaines de milliers de producteurs, de fournisseurs et

de récupérateurs de déchets ainsi que des millions de détaillants. En tant qu'employeurs et innovateurs, ces entrepreneurs jouent un rôle majeur au sein des communautés locales, et nous visons à renforcer davantage leur développement et leur croissance. Par exemple, grâce à notre programme BEES Together (qui fait partie de notre plateforme BEES), nous donnons aux petits détaillants les moyens nécessaires afin de promouvoir l'information financière et créer une croissance locale durable grâce à la transformation numérique.

#### **Nous avons poursuivi notre soutien à nos collègues et nos efforts de relèvement communautaire.**

Nous remercions nos collègues d'avoir fait preuve d'une passion et d'une résilience soutenues et nous avons été honorés de constater que l'indice annuel d'engagement des collaborateurs a augmenté de 4 points de pourcentage au cours de cette année difficile. Nous avons poursuivi les dons de fournitures médicales et la sensibilisation et l'accès aux vaccins dans nos communautés. Nous avons également augmenté notre soutien

aux petites entreprises, telles que les cafés et les restaurants, dans le secteur de l'HoReCa.

Notre objectif est évident tout au long de ce rapport, et nous sommes ravis de partager avec vous les progrès accomplis pour réaliser nos engagements et ambitions ESG. L'avenir des entreprises et de la planète est inclusif. Il est basé sur la nature et est local. Nous sommes fiers d'ouvrir la voie à cet avenir et d'être dès aujourd'hui une entreprise de la nouvelle génération.

Comme toujours, votre feedback et votre partenariat sont les bienvenus. Rejoignez-nous et notre rêve en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations.

**« Nous rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations. Mais un avenir avec plus de célébrations implique bien plus : cela comprend plus de durabilité, plus d'innovation, plus d'inclusion, plus de composants naturels, plus d'impact local, plus de prospérité pour tous. Voilà un futur que nous pouvons tous célébrer. »**

**Michel Doukeris**



# Notre engagement pour un avenir avec plus de célébrations

GRI : 102-16

**Pour nous, un avenir avec plus de célébrations est une prospérité commune pour nos communautés, pour la planète et pour notre entreprise, impliquant une croissance inclusive, une valeur commune, et des « victoires » pour le monde qui valent vraiment la peine d'être célébrées.**

Pour mener et développer notre catégorie et pour permettre un avenir durable et équitable pour tous, nous avons développé des objectifs et des programmes qui renforcent la résilience environnementale, réduisent la consommation nocive d'alcool et favorisent la croissance inclusive et des moyens de subsistance durables à travers notre chaîne de valeur.

Ce rapport porte sur notre approche en matière d'évaluation et de gestion des éléments les plus essentiels pour notre entreprise et expose les progrès accomplis en 2021.

Il comprend également notre gouvernance et nos politiques qui soutiennent l'inclusion de nos objectifs et de nos programmes dans les processus décisionnels, ainsi que notre gestion d'entreprise qui adhère aux normes les plus élevées en matière d'intégrité et d'éthique

## En savoir plus sur nos performances de 2021 par rapport aux indicateurs clés

[Objectifs de développement durable 2025 >](#)

[Objectifs mondiaux de consommation réfléchi >](#)

[Indice ESG 2021 >](#)

professionnelles. Notre rapport tient compte des indicateurs clés non-financiers et des orientations de cadres tels que les directives établies par la Global Reporting Initiative (GRI), le Sustainability Accounting Standards Board (SASB), le cadre de rapports des principes directeurs de l'ONU, le CDP eau et climat, le Groupe de travail sur les informations financières relatives au climat (TCFD) et les Objectifs de développement durable des Nations Unies pertinents (ODD ONU). Cette année, nous avons étendu notre rapport pour y inclure une section avec un indice ESG plus complet et des cadres de rapports tels que GRI, SASB, les ODD de l'ONU, le Pacte mondial de l'ONU, le TCFD, les indicateurs du capitalisme des parties prenantes du Forum économique mondial et la taxinomie de l'UE (pages 73-94).

Nous sommes fiers de faire partie du Pacte mondial de l'ONU depuis dix ans, et, dans ce cadre, nous contribuons à soutenir la réalisation des

ODD de l'ONU. Nous reconnaissons que l'action collective est impérative pour progresser, et nous concentrons nos efforts dans des domaines où nous pouvons avoir le plus grand impact. Nous contribuons à plusieurs ODD de l'ONU par le biais d'initiatives de développement durable à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur. Pour plus d'informations sur les mesures que nous prenons pour faire progresser des indicateurs spécifiques des ODD, consultez l'indice des ODD de l'ONU à la page 80 de ce rapport.

Notre rapport ESG 2021 offre à nos parties prenantes davantage d'informations sur nos efforts en vue d'atteindre notre objectif de créer un avenir avec plus de célébrations en intégrant le développement durable, la responsabilité et une finalité dans notre stratégie et nos actions commerciales. Ce rapport représente notre communication annuelle sur les progrès réalisés dans le cadre du Pacte mondial de l'ONU et est annexé au rapport annuel 2021 qui sert de rapport de publications d'informations non-financières relatives à des questions de responsabilité sociale des entreprises conformément à l'article 3:6, §4 et à l'article 3:32, §2 du Code belge des sociétés et des associations, qui transpose la directive 2014/95/UE du 22 octobre 2014 modifiant la directive 2013/34/UE.

Nous pensons que l'avenir des entreprises et de la planète est inclusif. Il est basé sur la nature et est local. Notre engagement à améliorer les communautés dont nous faisons partie reste inébranlable. Nous sommes fiers d'ouvrir la voie à cet avenir et d'être dès aujourd'hui une entreprise de la nouvelle génération. Nous abordons l'année 2022 et envisageons l'avenir avec une vision et un objectif renouvelés de créer un avenir avec plus de célébrations grâce à une plus grande prospérité commune.



## Notre manifeste concernant notre objectif

AB InBev rêve toujours en grand. C'est notre culture et notre héritage. Mais plus que cela, c'est notre avenir. Un avenir où nous regardons toujours vers l'avant.

Où nous concevons constamment de nouvelles manières de profiter pleinement des moments de la vie. Un avenir où nous faisons des rêves toujours plus ambitieux.

Pour offrir des opportunités à nos collaborateurs.

Aider ceux qui nous entourent.

Et avoir un impact significatif sur le monde.

Un avenir que tout le monde peut célébrer.

Et partager.

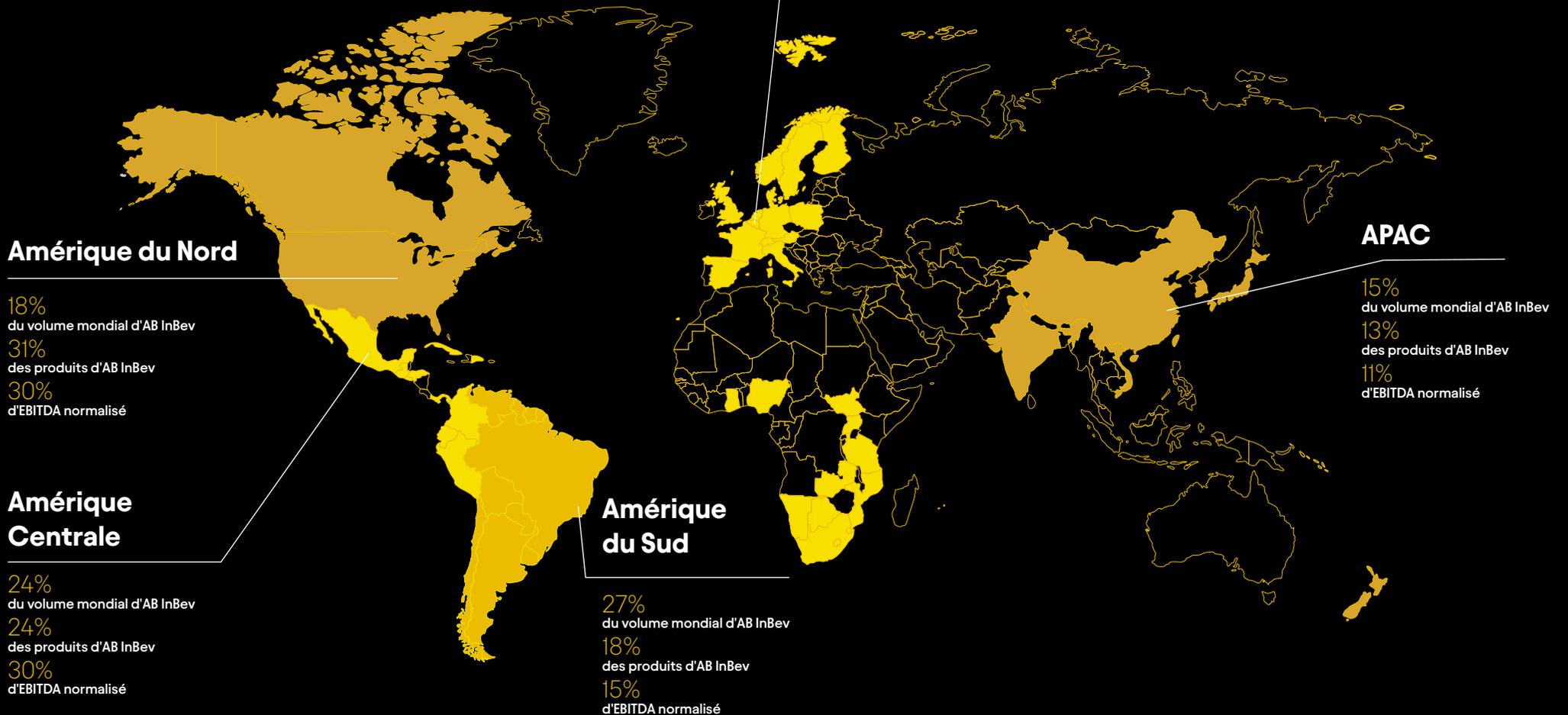
Un avenir avec plus de célébrations.

**« Nous rêvons en grand pour créer un avenir avec plus de célébrations »**

# Lieux où nous opérons

GRI : 102-4, 102-6

Nous avons une empreinte géographique variée s'étalant sur près de 50 pays de par le monde. Notre portefeuille composé de plus de 500 marques emblématiques mondiales et locales représente une bière vendue sur quatre.



\*Les pourcentages sont basés sur la part d'AB InBev dans le monde hors exportations globales et sociétés holding.

# Notre chaîne de valeur

GRI : 201-1

**Création de valeur « du champ au verre »**

## Brasseurs & fabricants

Nous avons des activités dans près de 50 pays, à savoir environ 200 brasseries et plus de 40 opérations verticalisées, dont des fermes de houblon et des sites de maltage d'orge. Nos brasseurs et fabricants utilisent leurs connaissances, leur expertise et leurs innovations pour transformer des ingrédients et des matières premières en un produit apprécié par les consommateurs en brassant, en mettant en bouteilles, en conditionnant et en développant nos produits.

## Producteurs

Nous accordons beaucoup d'importance à nos relations avec nos producteurs, qui fournissent des ingrédients naturels pour nos produits. Notre collaboration mutuelle est un élément crucial pour permettre un approvisionnement durable des ingrédients de qualité requis pour nos produits. C'est pourquoi nous investissons dans des programmes tels que SmartBarley, notre programme phare de développement agricole dirigé par nos agronomes pour aider les producteurs à améliorer leur productivité et leur rentabilité, qui contribue à nos objectifs en matière de développement durable 2025.

## Communautés

Nous faisons partie intégrant des communautés au sein desquelles nous vivons et travaillons. Nous nous efforçons d'avoir un impact positif et durable sur nos communautés, en faisant progresser des initiatives dans des domaines tels que le développement durable, l'inclusion financière, la vaccination contre le COVID-19, la consommation réfléchie et la sécurité routière, souvent par le biais de partenariats.

## Distributeurs

Nos distributeurs veillent à ce que nos produits soient disponibles où les consommateurs le souhaitent. Nous visons à optimiser nos activités pour une plus grande efficacité, en respectant les objectifs de développement durable 2025.

## Clients

Des millions de clients-détaillants jouent un rôle crucial pour notre entreprise en faisant office d'important point de contact avec nos consommateurs. Nous nous associons avec des détaillants, propriétaires de bar et grossistes pour acheminer nos bières jusqu'aux consommateurs, tout en soutenant leur croissance, en nous efforçant de fournir le meilleur service et en visant une excellente performance de nos marques dans la consommation hors domicile et la grande distribution.

## Consommateurs

Dans la dernière étape, qui est peut-être la plus importante de toutes, les consommateurs savourent nos bières. Nous recherchons toujours de nouvelles façons de profiter pleinement des moments de la vie et nous nous rapprochons de nos consommateurs en leur offrant des expériences de marque significatives, de manière responsable.



## La bière et les brasseurs sont au cœur des communautés dans le monde entier.

Chaque année, notre chaîne de valeur génère des emplois et des salaires directement grâce au brassage, à la distribution et à la vente de nos bières. Indirectement, nous nous approvisionnons auprès de fournisseurs et nous soutenons l'activité économique qui résulte des dépenses salariales de nos collègues.

De nouvelles estimations de l'Oxford Economics indiquent que la contribution économique mondiale de l'industrie brassicole était de 555 milliards d'USD en 2019, impliquant 23 millions d'emplois. L'étude s'est basée sur 70 pays, couvrant 89% des bières vendues dans le monde entier. Le rapport indique en particulier que « le secteur brassicole est d'une importance sensiblement plus

significative pour l'économie nationale des pays défavorisés et des pays à revenu intermédiaire (tranche inférieure), » contribuant à 1,6% du PIB national contre une moyenne de 0,9% dans les pays à revenus plus élevés, et à 1,4% de l'emploi national contre une moyenne de 1,1% dans les pays à revenus plus élevés. En outre, les compétences requises et développées par les brasseurs, en particulier pour les multinationales, contribuent à accroître la productivité moyenne intrinsèque et profitent à l'économie au sens large.

Oxford Economics estime que notre contribution représente environ 27% de la contribution économique mondiale totale de l'industrie brassicole. En tant que premier brasseur mondial, nous soutenons la prospérité économique dans les communautés où nous opérons, et particulièrement dans les pays défavorisés et à faible revenu. Pendant la période difficile

 **En savoir plus sur l'étude de l'empreinte économique mondiale de la bière d'Oxford Economics >**



du COVID-19, impliquant des difficultés pour les entreprises dans le monde entier et particulièrement dans le secteur de l'HoReCa, notre rôle de soutien aux fournisseurs et aux clients pour maintenir les salaires et les moyens de subsistance dans l'ensemble de l'économie est devenu plus important que jamais.

Nos efforts d'accroissement du pouvoir économique de nos fournisseurs et de nos clients, notamment en leur donnant accès à des outils formalisés de planification financière et commerciale, sont renforcés par nos plateformes numériques. Si l'on ajoute à cela le transfert de connaissances au-delà des frontières à l'aide de nos programmes d'excellence internes, ces efforts apportent une valeur ajoutée aux économies nationales.

**555** milliards d'USD

de contribution économique mondiale de la bière en 2019

**27%**

notre contribution estimée à la contribution économique mondiale totale de l'industrie brassicole



## Nous continuons à soutenir nos communautés en réponse au COVID-19.

Nous sommes profondément liés à nos communautés. Nous avons été les témoins directs de l'impact du COVID-19 sur nos partenaires commerciaux, nos collègues et nos consommateurs. En 2021, un grand nombre de nos efforts pour aider nos communautés ont porté sur la sensibilisation et l'accès à la vaccination, le don de fournitures médicales et le soutien au secteur de l'HoReCa pendant la réouverture.

### Don de fournitures médicales essentielles pour lutter contre le COVID-19

En mai, notre équipe en Inde a collaboré avec les gouvernements des États, des établissements médicaux et des ONG pour équiper 50 villages du

pays avec plus de 300 concentrateurs d'oxygène, plus de 500 000 masques chirurgicaux et 5 000 kits de test COVID-19. Nous avons également fait don de plus de 900 000 repas au profit d'environ 8 000 familles. Notre équipe a également mis en place une annexe avec des unités de soins intensifs à Bangalore accueillant les patients atteints du COVID-19 pour répondre aux besoins immédiats en unités de soins intensifs.

### Sensibilisation à la vaccination contre le COVID-19 par le biais de partenariats, d'investissements et d'actions

Nous avons exploité les capacités de marketing des normes sociales développées pour nos initiatives de consommation réfléchie pour soutenir le déploiement des vaccins contre le COVID-19. En collaboration avec l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche



(UNITAR) et le professeur Jeff French, expert renommé en marketing des normes sociales, nous avons élaboré un ensemble de ressources de formation à l'aide d'une boîte à outils en deux parties :

- Un guide pour les gouvernements sur la manière d'organiser une campagne publique réussie de soutien aux efforts nationaux fournis quant à la vaccination contre le COVID-19
- Un guide pour les entreprises sur la manière de mobiliser les gouvernements en vue de soutenir les campagnes de vaccination contre le COVID-19.

La boîte à outils fournit une analyse de l'impact du COVID-19 sur le développement durable et sur l'adoption de comportements protecteurs. Elle prévoit également des directives pratiques sur la planification et le développement de campagnes de vaccination et l'utilisation d'interventions en matière de normes sociales pour promouvoir la vaccination.

UNITAR forme les membres du gouvernement à l'aide de la boîte à outils dans ses 27 centres de formation à travers le monde. À ce jour, la guide a été déployé dans sept pays : la Colombie, la République dominicaine, l'Équateur, le Mexique, le Pérou, la Russie et l'Afrique du Sud.



La boîte à outils est disponible en ligne >

« Nous assistons au déploiement d'efforts remarquables de la part d'une entreprise mondiale, et nous sommes ravis d'en faire partie »



Estrella Merlos, Director of Partnerships, UNITAR



### Exemples d'initiatives relatives au COVID-19 dans toutes nos zones

Un grand nombre de nos marques ont contribué aux efforts fournis quant à la vaccination à travers le monde en offrant de la bière ou d'autres prix pour encourager la population.

Quelques exemples :

Aux États-Unis, nous avons décidé que, pour la première fois en 37 ans, Budweiser ne diffuserait pas sa publicité emblématique lors du Super Bowl et avons réaffecté l'investissement pour les médias dans la sensibilisation à la vaccination. Nous nous sommes également associés à l'administration américaine pour soutenir ses efforts relatifs à la vaccination en offrant de la bière aux personnes âgées de plus de 21 ans qui recevaient la première dose du vaccin.

Notre équipe de South African Breweries a mené une campagne de sensibilisation à la vaccination pendant la semaine de vaccination « Vooma ». Les initiatives comprenaient également une campagne de vaccination pour le secteur de la restauration et des dons de fournitures médicales afin de soutenir le système de santé local.

En Colombie, notre marque Bavaria s'est associée à la Santo Domingo Foundation, Caracol Televisión, Coca-Cola et Alquería pour sensibiliser à l'importance de la vaccination.

Nous avons fourni des efforts logistiques en approvisionnant des centres de vaccination

en Afrique du Sud, au Pérou, aux États-Unis, en Argentine, en Équateur et au Mexique. Nos marques ont fait don de congélateurs, de réfrigérateurs et de gels antibactériens pour faciliter le stockage et la distribution des doses de vaccin au Brésil, en Bolivie, au Mexique et au Pérou.

Nous avons également acheté des vaccins afin d'accroître leur disponibilité à l'HoReCa dans nos communautés. Par exemple, au Mozambique, Cervejas de Moçambique (CDM) a fait don de 1 million d'USD pour l'achat de vaccins.

### Rebâtir un secteur de l'HoReCa florissant en Europe

Au printemps 2021, au moment de la réouverture tant attendue du secteur de l'HoReCa au Royaume-Uni, en Belgique et aux Pays-Bas, nous avons apporté notre soutien aux millions de cafés, restaurants et détaillants en phase de rétablissement.

Par exemple, Stella Artois a lancé une initiative visant à laisser un pourboire destiné au personnel du secteur de l'HoReCa du Royaume-Uni en signe de gratitude et pour augmenter quelque peu leurs revenus pendant cette période de réouverture.

Grâce à notre campagne « Stella Tips », nous nous sommes engagés à laisser 1 livre de pourboire au personnel de bar pour chaque pinte de Stella Artois servie, encourageant les consommateurs à en faire de même. Rien qu'au Royaume-Uni, nous avons laissé un pourboire à plus de 20 000 serveurs.

Lors de la réouverture des terrasses en mai en Belgique, la campagne « Merci HoReCa » de Leffe encourageait les consommateurs à montrer leur reconnaissance en laissant un pourboire le 1€ pour chaque bière Leffe commandée.

Aux Pays-Bas, Hertog Jan a brassé une bière spéciale en édition limitée appelée Het Weerzien (Les retrouvailles). Les recettes des ventes en ligne de la bière Het Weerzien ont servi à fournir gratuitement 2 000 fûts de bière aux hôtels, restaurants et cafés locaux aux Pays-Bas pour fêter la réouverture.

Nos équipes ont également apporté personnellement un soutien pratique. Au Royaume-Uni, nous avons doublé notre production pour aider nos partenaires gérants de bars à se préparer à la réouverture des terrasses en avril. Nous avons également apporté notre soutien à l'HoReCa, en proposant une réduction de loyer et le retardement du paiement des loyers, des services gratuits de nettoyage des robinets et de réassort de fûts.

**« Le soutien et le leadership qu'AB InBev a démontrés à l'échelle mondiale dans la lutte contre la pandémie sont remarquables. L'entreprise montre l'exemple à suivre par le biais de son approche des partenariats et de la mise en place d'interventions basées sur des faits, comme la boîte à outils pour la vaccination. »**

**Professeur Jeff French, CEO de Strategic Social Marketing et professeur invité, Brighton University Business School**



>3,5 millions 

d'unités de gel hydroalcoolique offertes

>3,9 millions 

de masques offerts

>125 

centres de vaccination soutenus

28 

campagnes de vaccination soutenues

# Notre stratégie ESG

GRI : 102-16

Notre stratégie, nos objectifs et nos programmes ESG se résument à une idée simple : Au titre de notre intégration dans les communautés locales, de nos convictions et de nos valeurs, de notre personnel et de notre échelle commerciale, nous disposons d'une capacité unique de créer un avenir de prospérité commune - avec plus de célébrations.

Notre stratégie est axée sur huit priorités stratégiques : Consommation réfléchie et modération, climat, gestion de l'eau, agriculture durable, emballage circulaire, éthique et transparence, entrepreneuriat, et diversité et inclusion. Nous sommes convaincus que ces priorités nous permettront de générer la plus grande valeur partagée pour les communautés locales et la planète.

Ces priorités aboutissent à trois thèmes transversaux qui, selon nous, illustrent la prospérité commune qu'AB InBev apporte dans le monde entier.

## Inclusive

Des milliers de producteurs aux millions de petits détaillants, en passant pour les collègues et les consommateurs, nous améliorons les moyens de subsistance et l'accès aux opportunités. Notre inclusivité s'étend à nos produits. Au-delà de notre détermination à promouvoir une catégorie abordable et accessible, nous défendons de meilleurs choix et encourageons notamment la modération.

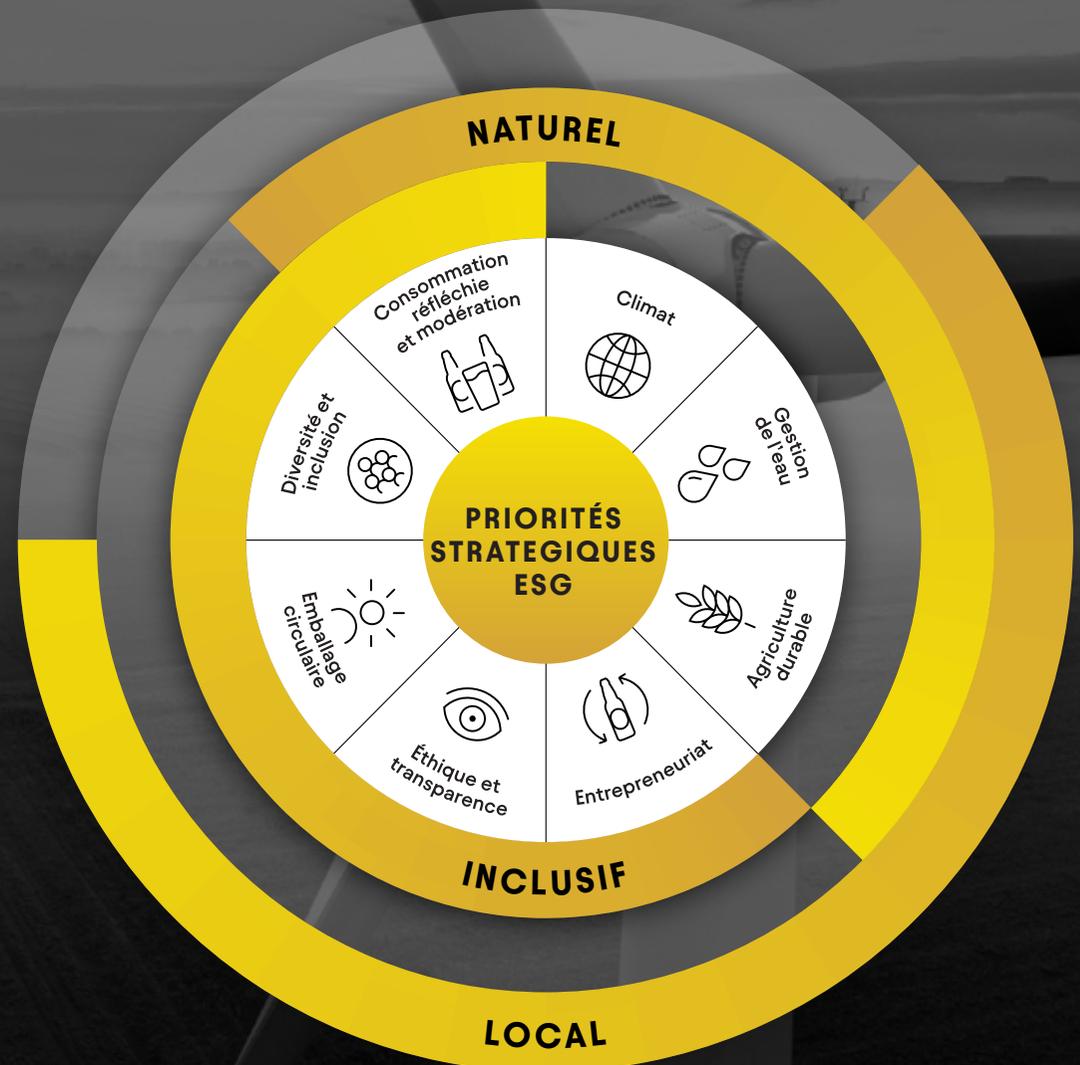
## Naturelle

Notre entreprise est basée sur la nature. En commercialisant des produits fabriqués à partir d'ingrédients naturels, nous comprenons la véritable valeur des ressources précieuses de notre planète. Nous collaborons avec la nature au lieu de lui nuire, en mettant à profit des solutions basées sur la nature pour développer la résilience où sa nécessité se fait le plus ressentir.

## Locale

Notre portefeuille de plus de 500 marques locales réparties dans près de 50 pays dans lesquels nous opérons fait d'AB InBev une entreprise véritablement mondiale et locale. Nos chaînes d'approvisionnement sont courtes, notre impact est direct et nous gardons les pieds sur terre. Nous croyons en l'avenir des économies locales et investissons dans leur bien-être et leur résilience.

Ces trois thèmes (inclusive, naturelle et locale) illustrent parfaitement notre identité et la façon dont nous souhaitons créer une prospérité commune. La puissance de ces thèmes nous distingue dans toutes nos priorités.





# Nos priorités stratégiques ESG

GRI : 103-2

# Consommation réfléchie et modération

ODD : 3 | GRI : 102-43, 416-1, 417-1

**La bière accompagne les célébrations à travers le monde et constitue un moteur important de l'activité économique. Toutefois, tous les produits contenant de l'alcool peuvent être consommés de manière nocive. Au cours des dix dernières années, des données de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) montrent que la consommation nocive d'alcool a diminué dans le monde. Mais il faut faire davantage. La consommation nocive d'alcool a un impact sur notre personnel, nos communautés et, par conséquent, sur nos activités. En tant que premier brasseur mondial, nous nous engageons à accélérer les progrès constants vers la diminution de la consommation nocive d'alcool à l'échelle mondiale.**

À cette fin, nous avons lancé notre initiative de consommation réfléchie en 2015 qui visait à mettre à profit les ressources, les compétences, les capacités et le pouvoir de rassemblement de notre entreprise pour contribuer à l'effort mondial de réduction de la consommation nocive d'alcool.

Depuis lors, nous avons fait évoluer notre stratégie de consommation réfléchie en un programme reposant sur cinq piliers :

1. Influencer le changement de comportement avec des normes sociales grâce au pouvoir de nos marques et de leur marketing
2. Fournir aux consommateurs et aux communautés des ressources sur la consommation réfléchie et des programmes basés sur des données probantes
3. Élargir l'accès des consommateurs aux alternatives de bières peu et non alcoolisées (NABLAB)
4. Amplifier la diffusion de nos messages en faveur de la consommation réfléchie par le biais du numérique et de la technologie
5. Promouvoir l'adoption d'une politique publique basée sur des données probantes en matière d'alcool



## Progrès de notre initiative de consommation réfléchie

 <h3>Normes sociales</h3>	 <h3>Projets pilotes pluriannuels</h3>	 <h3>Portefeuille de produits</h3>	 <h3>Étiquetage</h3>
<p>En façonnant les normes sociales par le biais du « marketing des normes sociales », une technique spécifique visant à s'engager auprès des consommateurs pour améliorer les comportements en société, il est possible de réduire la consommation nocive d'alcool.</p> <p><b>Ambition</b> Investir 1 milliard d'USD sur l'ensemble de nos marchés dans des campagnes de marketing social dédiées et des programmes associés d'ici à fin 2025.</p> <p><b>Progrès</b> Nous avons investi plus de 450 millions d'USD pour atteindre notre objectif, dont plus de 100 millions d'USD en 2021.* Nous sommes en bonne voie de réaliser notre investissement de 1 milliard d'USD d'ici à 2025.</p>	<p>Nos actions visant à réduire la consommation nocive d'alcool sont basées sur des données probantes dont les résultats sont évalués pour permettre une amélioration continue.</p> <p><b>Ambition</b> Réduire la consommation nocive d'alcool d'au moins 10% dans six grandes villes d'ici à fin 2020. Mettre en œuvre les meilleures pratiques dans le monde entier d'ici à fin 2025.</p> <p><b>Progrès</b> Notre programme de villes pilotes a démontré que trois interventions peuvent avoir le plus d'impact sur la réduction des effets néfastes de la consommation d'alcool : la sécurité routière, le service responsable de boissons, et les dépistages et les interventions de courte durée. Aujourd'hui, en partenariat avec des experts locaux, des gouvernements et la Fondation AB InBev, nous soutenons 72 interventions dans 24 pays qui utilisent des techniques basées sur des données probantes, validées dans les villes pilotes d'origine.</p>	<p>Comme les consommateurs cherchent à faire des choix meilleurs et plus responsables, il est important qu'ils disposent d'alternatives à plus faible teneur en alcool qui leur donnent la possibilité de ralentir ou de réduire leur consommation d'alcool en société.</p> <p><b>Ambition</b> Veiller à ce que les produits de bière peu ou non alcoolisés (NABLAB) représentent au moins 20% du volume total de bière d'AB InBev d'ici à fin 2025.</p> <p><b>Progrès</b> Cette année, les produits NABLAB ont représenté 6,7% du volume de bière. Bien que nous ne soyons pas en passe de parvenir à notre objectif d'ici à 2025, nous avons atteint les 20% dans certains pays, tels que la Chine et le Panama. En outre, nous avons acquis une connaissance approfondie des occasions créées par les produits NABLAB. Nous avons utilisé ces informations pour développer nos innovations NABLAB, telles que Stella Artois 0.0 et Corona Sunbrew. Par ailleurs, l'une de ces informations majeures est l'importance d'avoir une offre NABLAB exploitant nos marques établies. Nous avons considérablement élargi notre portefeuille de marques NAB, qui est passé de 26 à 42 marques au cours des cinq dernières années. Ces marques NAB sont désormais disponibles sur 17 de nos 20 marchés principaux qui représentent 90% de notre volume mondial, avec les marques LAB (3,5% d'alcool ou moins) disponibles sur 14 marchés.</p>	<p>Nos étiquettes et emballages secondaires sont un point de contact clé avec les consommateurs. Ils offrent une plateforme unique pour fournir des conseils concrets qui, d'après les chercheurs, pourraient influencer les comportements de consommation d'alcool. Les étiquettes informatives ne sont pas obligatoires dans de nombreux pays.</p> <p><b>Ambition</b> Placer une étiquette informative sur tous nos produits de bière, sur l'ensemble de nos marchés, d'ici à fin 2020. Améliorer les connaissances concernant les méfaits de l'alcool sur la santé d'ici à fin 2025.</p> <p><b>Progrès</b> Dans les pays où l'étiquetage n'a pas été rendu obligatoire, nous avons modifié le design des étiquettes sur tous nos emballages primaires afin d'y inclure les actions que les consommateurs peuvent entreprendre pour réduire la consommation nocive d'alcool. Une mise à jour des étiquettes est en cours sur tous nos marchés.</p>

\*Les investissements de 2016 à 2019, s'élevant à 255,31 millions d'USD, ont été examinés et validés via des processus d'assurance antérieurs. La contribution d'investissement restante sera assurée en 2022.



## Influencer le changement de comportement avec des normes sociales grâce au pouvoir de nos marques et de leur marketing

Les normes sociales — et les efforts de marketing qui peuvent avoir un impact sur ces normes — offrent une excellente opportunité de promouvoir des comportements sains, tels que manger avant ou pendant la consommation d'alcool, boire de l'eau ou de la bière sans alcool entre les verres de boissons alcoolisées, planifier la façon de rentrer chez soi et choisir les conducteurs désignés au préalable.

Nos efforts en matière de normes sociales s'articulent autour de trois programmes fondamentaux : 1) L'adhésion à un code clair de marketing et de communication responsable ; 2) L'investissement dans des campagnes de marketing des normes sociales révolutionnaires par le biais de nos marques ; et 3) Les étiquettes de

consommation responsable actionnables sur nos emballages.

### Conformité des communications marketing

Pour garantir que notre marketing promeut des normes positives, nous avons établi un Code de marketing et de communication responsables (RMCC). Le RMCC définit les normes de notre marketing et de nos communications commerciales à travers le monde pour garantir que celles-ci visent uniquement les personnes ayant l'âge légal de consommation et soient mises en œuvre de manière socialement responsable.

La formation périodique des collègues de Sales, Marketing, Legal & Corporate Affairs, des prestataires de services et des agences est obligatoire, tout comme la vérification de chaque campagne de marketing et de chaque élément de communication par rapport à cette politique pour en assurer la conformité.

### Façonner les normes sociales grâce au « marketing des normes sociales »

Nos campagnes de marketing des normes sociales nous permettent d'optimiser notre portée mondiale pour transmettre des messages significatifs à nos consommateurs. Nous promovons des normes sociales axées sur la responsabilité, la modération et le souci de l'autre en tirant parti des relations sociales pour nos produits et nos marques. Nous nous sommes engagés à investir 1 milliard d'USD d'ici à 2025. Nous avons investi plus de 450 millions d'USD depuis le début de notre engagement, dont plus de 100 millions d'USD en 2021.\*

Nous sommes en passe d'atteindre notre objectif et nous sommes fiers que nos efforts soient reconnus par des experts de l'industrie du marketing et du monde universitaire.

Pour dynamiser la créativité de notre marketing des normes sociales, nous avons lancé notre premier concours annuel de marketing social il y a quatre ans. En 2021, le concours a reçu 107 propositions de campagne de la part de plus de 28 pays à travers le monde, soit une hausse de 29% depuis son lancement. La campagne gagnante, Corona #Rewater, incite les consommateurs à remplir d'eau leurs bouteilles de Corona vides pour s'hydrater entre deux bières.

Quatre de nos campagnes de consommation réfléchie ont été récompensées lors des Cannes Lions Awards de 2021, notamment les campagnes « Live Responsible » à Aguila et « Responsible Billboards » au Brésil.

 **Consultez la vidéo dans laquelle notre CEO évoque le rôle des marques dans la promotion de la consommation réfléchie >**



 **Consultez ici les points forts du webinaire Business for Impact de l'université de Georgetown sur nos efforts en matière de consommation réfléchie. >**

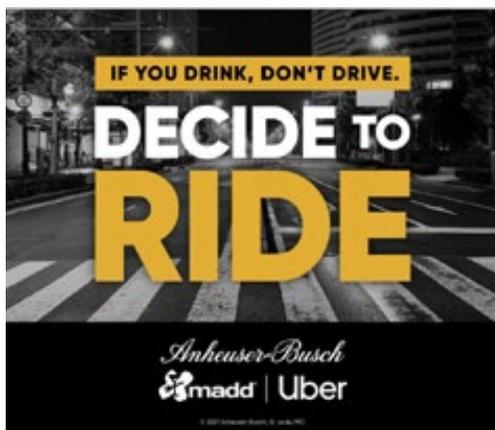
## Promouvoir la consommation réfléchie grâce à la collaboration avec l'université de Georgetown

« L'initiative des objectifs mondiaux de consommation réfléchie d'AB InBev est parvenue à réunir des responsables de la santé publique et des chefs d'entreprise pour collaborer à l'objectif commun de réduire la consommation nocive d'alcool. Il s'agit d'une initiative remarquable, unique en son genre, qui promet de servir de modèle à d'autres entreprises qui aspirent à avoir un impact positif sur la société tout en équilibrant les trois facteurs décisifs - la population, la planète et le profit. »

\*Les investissements de 2016 à 2019, s'élevant à 255,31 millions d'USD, ont été examinés et validés via des processus d'assurance antérieurs. La contribution d'investissement restante sera assurée en 2022.

Voici quelques exemples de campagnes de normes sociales mises en œuvre cette année.

#### États-Unis : Decide to Ride



Aux États-Unis, Anheuser-Busch a lancé une coalition unique en son genre avec Mothers Against Drunk Driving (MADD) et la plateforme de covoiturage Uber. Le programme phare de la coalition, Decide to Ride, vise à modifier le comportement des consommateurs en les encourageant à prévoir un retour à la maison en toute sécurité et en les incitant à ne jamais conduire en état d'ivresse. La campagne s'appuie sur les efforts publicitaires et numériques de notre portefeuille de marques, notamment Bud Light, Budweiser et Michelob ULTRA.

#### Chili : Pilsen del Sur



Au Chili, notre marque Pilsen del Sur a intégré des conseils de consommation réfléchie sur les maillots des joueurs de football chiliens lors d'un match entre Colo Colo et Universidad de Chile.

#### Pérou : Think N' Then Drink



Au Pérou, notre marque Cristal a lancé la campagne « Think N' Then Drink », en s'associant à des entraîneurs sportifs locaux pour promouvoir les efforts et les messages relatifs à la consommation réfléchie.

#### Afrique du Sud : Flying Fish



En Afrique du Sud, notre marque Flying Fish a intégré un message de consommation réfléchie dans des publicités qui incitent les consommateurs à penser à manger avant de boire.

## Mener la plus grande initiative volontaire d'étiquetage des produits alcoolisés pour réduire la consommation nocive d'alcool à l'échelle mondiale

Nos étiquettes et emballages secondaires sont un point de contact clé avec les consommateurs. Ils offrent une plateforme unique pour fournir des conseils concrets qui, selon les recherches, peuvent influencer la consommation d'alcool. En 2021, nous avons respecté notre engagement de mettre à jour volontairement le design de nos étiquettes dans tous les pays où l'étiquetage n'a pas été rendu obligatoire, en intégrant des éléments qui favorisent les normes sociales positives. Pour élaborer nos messages et nos exigences en matière de design, nous avons intégré les travaux de l'école de médecine de

l'université Tufts et de la fondation AB InBev. Actuellement, les étiquettes au design mis à jour sont déployées sur tous nos marchés en fonction des cycles d'impression et de la rotation des produits.

Dans les pays où l'étiquetage est rendu obligatoire, nous avons commencé à inclure des messages de consommation responsable sur nos emballages secondaires, tels que sur les cartons des six-pack et les films plastiques, ce qui permet d'ajouter des conseils concrets aux caractères plus grands et en gras.

 **Accédez aux orientations mondiales de l'université Tufts sur l'étiquetage de l'alcool >**

## Fournir aux consommateurs et aux communautés des ressources sur la consommation réfléchie et des programmes basés sur des données probantes

Nous avons la conviction que nos actions visant à réduire la consommation nocive d'alcool sont basées sur des données probantes. Nos résultats doivent être évalués afin de pouvoir continuellement améliorer nos efforts. C'est en grande partie pour cette raison que nous avons créé la fondation AB InBev.

Grâce à son partenariat avec des chercheurs universitaires indépendants, la fondation a apporté son soutien à la publication de plus de 25 articles évalués par des pairs dans des revues à grande influence, et une douzaine d'autres sont en préparation.

Au cours des dernières années, la fondation a mené l'initiative des villes pilotes dans six zones urbaines à travers le monde afin d'identifier les meilleures pratiques susceptibles d'être étouffées. HBSA, une organisation d'aide du Pacific Institute for Research and Evaluation (PIRE), supervise l'évaluation du programme des villes pilotes et gère de manière indépendante une bibliothèque de données librement accessible aux chercheurs en santé publique et aux communautés académiques sur demande.

Grâce à ces initiatives, nous avons identifié trois zones d'intervention qui peuvent avoir le plus grand impact sur la réduction de la consommation nocive d'alcool : la sécurité routière, le service responsable de boissons, les dépistages et les interventions de courte durée.

Aujourd'hui, en partenariat avec des experts locaux, des gouvernements et la fondation AB InBev, nous soutenons 72 interventions dans 24 pays. Les enseignements tirés de ces interventions sont repris dans des boîtes à outils pour aider d'autres pays à adopter et à lancer ces initiatives.

### Établir des partenariats pour faire progresser la sécurité routière

Notre flotte routière étant l'une des plus importante dans le monde, la sécurité routière nous tient particulièrement à cœur. Nous avons développé des programmes de pointe, déployés sur les marchés à l'échelle mondiale, visant à réduire les accidents de la route. Grâce à nos efforts, nous contribuons à la réalisation de l'objectif 3.6 des ODD de l'ONU - diminuer de moitié à l'échelle mondiale le nombre de décès et de blessures dus à des accidents de la route d'ici à 2030.

Voici quelques exemples :

En 2021, nous avons apporté notre soutien au projet Together for Safer Road's intitulé Houston Vision Zero. Cette initiative vise à mettre fin aux décès et ou blessures graves dus à des accidents de la route dans la ville du Texas, qui abrite l'une des

### Mise en œuvre de l'étiquette informative

Flying Fish, South Africa



Budweiser, US



Pacena, Bolivia



Aguila, Colombia



**En savoir plus que le projet Houston Vision Zero >**



brasseries phares Anheuser-Busch, d'ici à 2030. Fondé sur la méthodologie de sécurité routière Vision Zero basée sur des données probantes, le projet crée des passages pour piétons plus sûrs, des pistes cyclables protégées et des espaces publics qui améliorent l'accessibilité piétonnière. L'objectif de ce programme est de mettre en avant le potentiel de Vision Zero et la manière dont les secteurs privé et public peuvent collaborer pour améliorer les conditions de sécurité routière partout dans le monde.

Nous avons également élaboré un partenariat avec l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche (UNITAR) depuis 2018 pour munir les gouvernements locaux de bonnes pratiques par le biais de formations. Nous avons développé une méthodologie scientifiquement rigoureuse pour la collecte de données, l'identification des principaux facteurs de risque liés aux accidents de la route, les mesures correctives et la mesure de l'impact pour soutenir les gouvernements et les ONG dans le monde entier. Par conséquent, en 2021, nous avons lancé la [boîte à outils « pratiques de gestion](#)

**« En proposant une expérience d'apprentissage immersive et des outils numériques sous forme de jeux, nous souhaitons promouvoir l'apprentissage des interventions pratiques qui permettent de réduire le nombre de décès et de blessures liés aux accidents de la route. »**

**Nikhil Seth, sous-secrétaire général des Nations Unies et directeur général de l'UNITAR**



Notre CEO Michel Doukeris et Nikhil Seth, sous-secrétaire général des Nations Unies et directeur général de l'UNITAR, ont lancé l'expérience virtuelle immersive de notre boîte à outils pour des routes plus sûres en septembre.

pour des routes plus sûres — L'expérience virtuelle immersive ». Grâce à des exemples d'interventions réussies au Brésil, la boîte à outils guide les utilisateurs sur la manière d'élaborer des initiatives de sécurité routière réussies. En plus de collaborer avec l'UNITAR pour soutenir la mise en œuvre mondiale de la boîte à outils, nous tirons parti de notre partenariat avec la [Fédération routière internationale pour organiser des événements et des ateliers](#) interactifs.

En Russie, nous avons mené des activités d'ingénierie, d'éducation et de sensibilisation dans les régions de Volgograd et Ivanovo. Au total, 160 auto-écoles, 37 000 étudiants et 660 stations-service dans 81 villes ont reçu des informations et des supports visuels dans le cadre d'une campagne de sensibilisation à l'alcool au volant.



Nos équipes de South African Breweries se sont associées aux communes locales pour mettre en œuvre des Alcohol Evidence Centres (AECs) [Centres d'alcoologie]. Ces centres sont gérés par les forces de l'ordre et sont équipés d'une technologie de dépistage de l'alcoolémie très efficace, permettant ainsi d'augmenter le taux de poursuite des conducteurs en état d'ivresse et de créer un effet dissuasif plus fort au sein de la communauté. Après un projet pilote réussi, nous avons déployé 10 nouveaux centres en Afrique du Sud en 2021.

Notre vision est d'étendre le modèle AEC dans l'ensemble de l'Afrique du Sud au cours des cinq prochaines années, dans le but ultime de favoriser une adoption mondiale. Nous savons que nous ne pouvons pas agir seul pour atteindre cet objectif ambitieux. Nous continuerons à mettre en place des partenariats au sein des communautés et transfrontalières afin de développer des solutions solides et basées sur des données probantes pour lutter contre la consommation nocive d'alcool dans le monde entier.

#### Notre boîte à outils pour la sécurité routière avec UNITAR :

9

langues dans lesquelles la boîte à outils est disponible

23

pays qui ont mis en œuvre la boîte à outils

54%

utilisateurs de la boîte à outils qui sont des gouvernements, des universités ou des ONG

 [En savoir plus sur notre boîte à outils pour des routes plus sûres >](#)

 [Découvrez le nouveau module de l'UNITAR sur les normes sociales, visant à améliorer la sécurité routière >](#)

### Fournir des ressources pour assurer un service responsable de boissons

Le service responsable de boissons (RBS) est une intervention basée sur des faits visant à former les propriétaires, la direction et le personnel de service d'établissements tels que les bars, restaurants et débits de boissons à la prévention de la vente d'alcool aux mineurs et à la réduction de la consommation chez les mineurs, du binge drinking et de l'alcool au volant. Le programme comprend également la mise en évidence des lois relatives à l'alcool et de la réalisation de contrôles de conformité dans les établissements.

Sur la base des enseignements tirés de notre programme de villes pilotes, nous déployons les programmes RBS à travers le monde, notamment :

- À Alexandra, en Afrique du Sud, nous mettons en œuvre un programme RBS en partenariat avec le Conseil national sud-africain sur l'abus d'alcool et de drogue (SANCA) et d'autres parties prenantes communautaires. À la mi-2021, 45 débits de boissons s'engageaient à prendre part au programme.
- Au Brésil, le programme RBS a été lancé par voie numérique en raison du COVID-19, qui limitait l'interaction en face à face. Toutefois, ce modèle a depuis gagné en popularité en tant que solution omnicanale plus permanente pour étendre le programme. Quatre vidéos ont initialement été lancées sur le site web Curso Boto Fé et sont désormais diffusées par le biais d'un agent conversationnel. D'autres cours RBS sont proposés en ligne et via WhatsApp, ainsi que par le biais de BEES, notre plateforme d'e-commerce. Consultez la page 20 de ce rapport pour de plus amples informations sur la façon dont nous développons nos relations avec les clients, les consommateurs et les collègues par voie numérique.



### Élargir l'accès au dépistage et aux interventions de courte durée

Le dépistage et les interventions de courte durée (SBI) est un programme préventif qui mesure les habitudes de consommation d'alcool d'un individu lors de visites ambulatoires ou de bien-être et qui incite les personnes identifiées comme étant à risque d'une consommation nocive d'alcool à changer leur comportement. Son efficacité a été démontrée lorsqu'il est appliqué au sein des cabinets des professionnels de la santé. Des recherches approfondies indiquent en outre qu'il pourrait potentiellement réduire la consommation nocive au niveau de la population si des moyens rentables de le mettre en œuvre peuvent être développés. En partenariat avec des experts dans ce domaine, nous soutenons la fondation AB InBev dans une série d'initiatives visant à rendre le SBI rentable tout en conservant son efficacité.

Le programme prend de nombreuses formes, en fonction des besoins, de la préparation et des capacités d'une communauté. Par exemple, une région bénéficiant d'un soutien important de la part de son service de santé local peut mettre en œuvre un programme en présentiel, tandis qu'une ville disposant d'un soutien local limité peut se concentrer sur le développement de relations et



Le programme SBI ESCALEMOS à Zacatecas, au Mexique, a permis de dépister 50 000 personnes

la mise en œuvre d'un agent conversationnel sur un site web local. Découvrez la façon dont nous développons nos relations avec les clients, les consommateurs et les collègues par le biais du numérique (page 20).

À Brasilia, au Brésil, le programme SBI a d'abord été adopté par 17 unités de soins de santé primaires du secteur public et par 200 professionnels de santé formés au SBI dans le but de réaliser 400 000 dépistages SBI pour lutter contre la consommation excessive épisodique d'alcool. À l'origine, le programme SBI a été déployé en présentiel, mais en raison de la pandémie de COVID-19, un modèle de télésanté a été mis en place. Entre 2021 et 2022, plus de 15 000 dépistages ont été effectués. À notre connaissance, l'application des outils de la télémédecine au SBI est une première mondiale. « Comme il s'agit d'une politique de prévention pour la population, pour être efficace, la solution doit toucher un nombre élevé de personnes par rapport à la population couverte par les soins de santé primaires », explique Leandro Piquet,

coordinateur du comité de direction de Brasilia Vida Segura.

Au Mexique, le programme SBI appelé ESCALEMOS, développé avec le soutien du ministère de la Santé de Zacatecas et d'autres acteurs communautaires, a permis de dépister 50 000 personnes.

En Afrique du Sud, le programme SBI visait à atteindre 42 000 personnes dans la ville d'Alexandra. Cet objectif a été atteint et dépassé en novembre 2021 avec plus de 54 000 personnes dépistées. La planification et la mise en œuvre des deux programmes reposaient sur des stratégies d'engagement communautaire à large échelle afin de garantir la durabilité des progrès.



## Élargir l'accès des consommateurs aux alternatives de bières peu et non alcoolisées (NABLAB)

Les consommateurs cherchent à faire de meilleurs choix plus responsables, il est donc important qu'ils disposent d'alternatives peu ou non alcoolisées. Comme le souligne une étude réalisée en 2016<sup>1</sup>, « une augmentation de la disponibilité des produits peu ou non alcoolisés pourrait contribuer à la réduction de la consommation nocive d'alcool de deux manières : en remplaçant les boissons alcoolisées consommées par des boissons similaires moins fortes ; ou en passant à des alternatives sans alcool pendant une partie du temps ; dans les deux cas, en réduisant la quantité moyenne d'alcool consommée. » Nous innovons et distribuons à l'échelle mondiale une gamme de bières savoureuses peu ou non alcoolisées (NABLAB), qui peuvent servir d'outil aux consommateurs en vue de se conformer aux normes sociales émergentes concernant les modèles de consommation responsables.

## Offrir aux consommateurs un plus grand choix de produits NABLAB de bonne qualité et primés

Notre portefeuille grandissant propose une large gamme de styles et de saveurs pour répondre à la demande croissante des consommateurs. En 2021, NABLAB représentait 6,7% de notre volume de bière. Bien que nous ne soyons pas en passe d'atteindre l'objectif que nous nous étions fixés, à savoir que les produits NABLAB représentent 20% de notre volume d'ici à 2025, nous faisons des progrès considérables et avons étendu notre portefeuille NABLAB en passant de 26 à 42 marques au cours des cinq dernières années. Nos marques NAB sont désormais disponibles sur 17 de nos 20 marchés principaux qui représentent 90% de notre volume mondial, avec les marques LAB (3,5% d'alcool ou moins) disponibles sur 14 marchés.

La Chine est le pays qui contribue le plus à notre portefeuille de marques NABLAB, avec en tête Harbin Ice. Nous avons étendu Budweiser Zero à plus de dix marchés, lancé Corona Sunbrew au Canada et Stella Artois 0,0 aux États-Unis. Stella Artois 0,0 a obtenu la médaille d'or de la meilleure bière sans alcool au Drinks Business Global Masters, un important concours à l'aveugle.

D'autres nouveautés sont des versions sans alcool de Cass en Corée, de Hoegaarden au Japon, au Brésil et en Chine, de Quilmes en Argentine et de bières peu alcoolisées comme Victoria Chingones Unidos et Corona Ligera au Mexique.

Nous saisissons également des opportunités d'agrandir notre portefeuille pour développer nos marques de bière peu alcoolisées et répondre aux préférences de nos consommateurs. Nous avons calculé la teneur en alcool de nos produits proposés dans chaque pays et placé toutes les bières sous cette teneur dans la catégorie des bières « peu » alcoolisées. Une analyse globale similaire révèle qu'à un niveau agrégé, notre portefeuille de marques a une teneur en

alcool de 4,5%, plus de 55% de notre volume se situant en dessous de ce seuil. Sur la base de la littérature spécialisée<sup>2</sup> indiquant que les boissons peu alcoolisées peuvent jouer un rôle important dans la réduction de la consommation nocive d'alcool, notre portefeuille est bien placé pour avoir un impact positif. Cet impact devrait s'accroître lorsque le cadre réglementaire incitera les consommateurs à opter pour des bières peu alcoolisées.

## Développer des campagnes pour créer des normes sociales en faveur de produits peu alcoolisés

Notre portefeuille grandissant de produits NABLAB est soutenu par des campagnes de marketing des normes sociales visant à susciter le changement de comportement nécessaire et à faire accepter ces produits comme un choix de consommation.

Notre marque Bavaria en Colombie a fourni une initiative de meilleure pratique pour promouvoir la consommation réfléchie grâce à Aguila 0.0. Lorsque les consommateurs achètent des boissons spiritueuses en ligne, la plateforme leur propose d'acheter Aguila 0.0 à prix réduit, dont le pourcentage de remise correspond à la teneur en alcool des spiritueux achetés.

La promotion est étayée par une campagne de marketing des normes sociales pour sensibiliser les consommateurs aux avantages de la consommation réfléchie et leur donner des conseils concernant les produits sans alcool.



**Consultez la vidéo de la campagne ici >**

Au Royaume-Uni, nous poursuivons notre soutien à Club Soda, une start-up qui tente de bousculer le marché NABLAB en utilisant la puissance du numérique pour aider les détaillants à tirer profit des tendances de consommation en faveur de ces produits.

Nous sommes convaincus qu'une opportunité de croissance existe dans cette catégorie, que

nous prévoyons d'accélérer au cours des cinq prochaines années.

## Amplifier la diffusion de nos messages en faveur de la consommation réfléchie par le biais du numérique et de la technologie

Les plateformes numériques sont des outils majeurs pour amplifier notre stratégie de consommation réfléchie. L'importance grandissante de l'e-commerce dans la catégorie bière nous pousse à investir dans le développement de solutions technologiques telles que des outils de vérification de l'âge pour minimiser le risque de consommation d'alcool illégal par des mineurs et d'autres formes de consommation nocive.

## Effectuer un contrôle de conformité des actifs numériques

Pour s'assurer que nos actifs numériques soient conformes aux normes internationales des Digital Guiding Principles (principes directeurs numériques) relatives à la vente et au marketing de l'alcool, la Fédération mondiale des annonceurs (WFA) réalisera un audit indépendant en 2022. Les domaines dont la conformité sera examinée



<sup>1</sup> Rehm J, Lachenmeier DW, Llopis EJ, Imtiaz S, Anderson P. Evidence of reducing ethanol content in beverages to reduce harmful use of alcohol. *Lancet Gastroenterol Hepatol* 2016 ; 1 : 78–83.

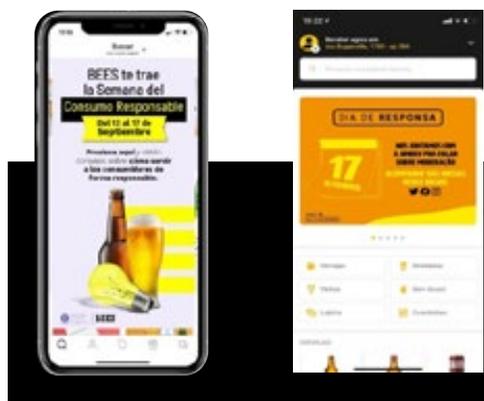
<sup>2</sup> Source : Global strategy to reduce the harmful use of alcohol – Organisation mondiale de la Santé – 2010 - <https://www.who.int/publications/i/item/9789241599931>

sont les suivants : système de confirmation de l'âge, transparence du site, réglementation du contenu généré par les utilisateurs, avis préalable et message sur la consommation responsable. En préparation à cet audit, nous avons développé un système d'audit automatisé unique en son genre qui contrôle en permanence la conformité de tous nos actifs numériques par rapport aux paramètres d'audit de la WFA. Cela nous prépare efficacement à la croissance numérique future et aux changements des exigences de conformité des actifs numériques. Les résultats pour la fin de 2021 ont montré un niveau de conformité de 99%.

 **Cliquez ici pour accéder aux Digital Guiding Principles de l'IARD >**

### **Développer nos relations avec les clients, les consommateurs et les collègues par le biais de plateformes numériques**

En 2021, nous avons lancé notre première semaine mondiale de consommation réfléchie par voie numérique, en étendant notre journée mondiale de la bière avec modération (GBRD) et en établissant des relations avec les consommateurs et les clients principalement à l'aide de campagnes et de méthodes numériques.



**Nous avons exploité notre plateforme BEES pour intégrer des conseils sur la consommation réfléchie et donner accès à nos boîtes à outils pour un service responsable de boissons**

Pour diffuser le message dans le monde entier, toutes nos marques mondiales ont communiqué des conseils de consommation réfléchie sur leurs étiquettes pour la première fois par le biais de canaux numériques. Des vidéos quotidiennes, des appels à l'action et des articles partagés nous ont permis de collaborer avec nos collègues et consommateurs pour les sensibiliser à la consommation réfléchie et leur donner des conseils y afférents pour réduire la consommation nocive d'alcool. Nous avons également profité de la semaine de la consommation réfléchie pour intégrer des conseils ainsi que la version numérique de notre formation sur le service responsable de boissons sur notre plateforme BEES, offrant ainsi à nos clients un meilleur accès à nos outils.

Au total, plus de 13 000 cours ont été suivis. Les résultats sont impressionnants et largement dus à notre expansion numérique par rapport aux stratégies de l'année précédente. Nous avons atteint quatre fois plus de consommateurs et deux fois plus de clients qu'en 2019. Plus de 28 000 collègues ont participé aux activations de la semaine mondiale de la consommation réfléchie, et nous avons touché plus de 17,6 millions de consommateurs et plus de 1,3 million de clients.

Par exemple, notre équipe en République dominicaine a tiré parti de BEES et de campagnes direct-to-consumer pour cibler les clients et les consommateurs. Au Brésil, nos équipes ont transformé la boîte à outils en un agent conversationnel, c'est-à-dire une application qui utilise l'intelligence artificielle pour interagir avec les utilisateurs. Pendant une semaine, elles ont stimulé la communication dans l'ensemble de BEES Brésil, en offrant une récompense à ceux qui ont suivi la formation.

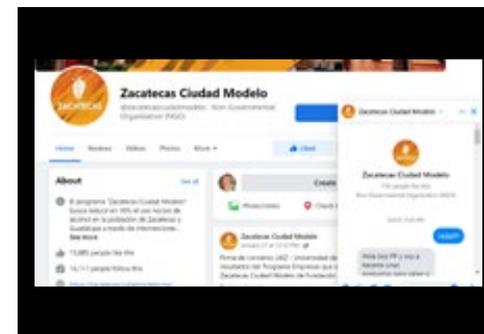
Les interventions de courte durée décrites dans la section précédente constituent un autre domaine intéressant dans lequel la technologie peut être

exploitée pour réduire la consommation nocive d'alcool. À Zacatecas, au Mexique, notre Grupo Modelo et la fondation AB InBev se sont associés à des experts pour concevoir et développer HolaPP, un agent conversationnel sur les réseaux sociaux qui effectue une évaluation pour déterminer si une personne risque de développer un mode de consommation nocif. Après avoir été développé et testé dans le cadre de notre programme de villes pilotes, l'agent conversationnel est désormais disponible pour une utilisation plus large.

### **Efforts de soutien pour réduire la consommation nocive d'alcool : promouvoir la différenciation**

Les politiques publiques basées sur des faits et sur les données sont essentielles pour réduire la consommation nocive d'alcool. Lorsque les réglementations incitent les consommateurs à se tourner vers des boissons fermentées peu alcoolisées, comme la bière, elles ont le potentiel de réduire les dommages. Cette approche éprouvée, connue sous le nom de « différenciation », est intégrée dans les réglementations de nombreux pays. L'Organisation mondiale de la Santé (OMS) note dans sa dernière stratégie mondiale de lutte contre la consommation nocive d'alcool<sup>1</sup> que les « spiritueux devraient être soumis à une taxe plus élevée car leur coût de production est inférieur à celui de la bière et du vin ». En effet, elle conclut qu'« un système de taxation basé sur le volume d'alcool contenu dans un produit... est susceptible d'avoir le plus grand effet sur la réduction des inégalités en matière de santé. »<sup>2</sup>

La bière peut également jouer un rôle important dans la réduction de la consommation d'alcool illicite, qui est sans doute la pire forme de consommation nocive, car elle échappe à tous les contrôles réglementaires et de sécurité des produits et ne paie pas de droits d'accises. Selon



Euromonitor International, au niveau mondial, une boisson alcoolisée sur quatre est illicite, et la majorité des alcools illicites sont des boissons distillées dont la teneur en alcool est supérieure à celle de la bière.<sup>3</sup> L'OMS note que « l'existence d'un important marché illicite ou informel de l'alcool peut également compliquer les considérations politiques relatives aux taxes sur l'alcool. Dans de telles circonstances, les augmentations de taxes devraient être accompagnées d'efforts gouvernementaux visant à contrôler les marchés illicites ou informels par le biais, par exemple, de politiques fiscales qui rendent plus attrayantes les variantes pas ou peu alcoolisées des boissons culturellement préférées. »<sup>4</sup>

En collaboration avec d'autres brasseurs, nous plaçons pour des politiques qui ajustent les droits d'accises et les réglementations en fonction de l'origine de l'alcool et de la teneur en alcool de la boisson. En 2021, par exemple, six États indiens (Chandigarh, Haryana, Punjab, Uttarakhand, Uttar Pradesh et Bengale occidentale) ont modifié leurs politiques d'accises sur l'alcool dans le but de faire évoluer la culture de la consommation vers des boissons fermentées peu alcoolisées.

1 Stratégie mondiale visant à réduire l'usage nocif de l'alcool – Organisation mondiale de la Santé – 2010 - [https://www.who.int/substance\\_abuse/alcstratenglishfinal.pdf](https://www.who.int/substance_abuse/alcstratenglishfinal.pdf)

2 Resource tool on alcohol taxation and pricing policies – Organisation mondiale de la Santé – 2017 - <https://www.who.int/publications/i/item/resource-tool-on-alcohol-taxation-and-pricing-policies>

3 Size and Shape of the Global Illicit Alcohol Market – Euromonitor International – 2018 - [https://www.tracit.org/uploads/1/0/2/2/102238034/illicit\\_alcohol\\_-\\_white\\_paper.pdf](https://www.tracit.org/uploads/1/0/2/2/102238034/illicit_alcohol_-_white_paper.pdf)

4 WHO SAFER Technical Package – Organisation mondiale de la Santé – 2019 - WHO and partners, « SAFER Technical Package, » (2019), à la page 21.

# Climat

ODD : 7, 11, 12, 13 | GRI : 305-1, 305-2, 305-3, 305-5, 308-2

Le changement climatique est l'un des défis mondiaux les plus pressants. Notre activité est étroitement liée à l'environnement naturel : les cultures agricoles et l'eau sont nos principaux ingrédients, nous avons besoin de matières premières pour nos emballages, et nous nécessitons de l'énergie et du carburant pour brasser, transporter et refroidir nos bières. Notre activité est également locale et étroitement liée aux communautés et aux populations à travers notre empreinte mondiale. Tous ces éléments sont susceptibles d'être affectés par le changement climatique, et nous en observons déjà l'impact, tant au niveau environnemental que social, dans notre chaîne de valeur.

## Objectif action pour le climat 2025

100% de l'électricité que nous achetons proviendra de sources renouvelables et nous réduirons de 25% nos émissions de carbone dans toute notre chaîne de valeur d'ici à 2025

Progrès

28,63%

de réduction des émissions de GES de scope 1 et 2 par rapport à la ligne de base 2017

13,58%

de réduction des émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par rapport à la ligne de base 2017

39,9%

d'électricité renouvelable opérationnelle

81,4%

d'électricité renouvelable contractuelle

Alors que nos émissions de scope 1, 2 et 3 par hectolitre ont diminué en 2021 (51,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl, contre 53 kg CO<sub>2</sub>e/hl en 2020), les émissions absolues ont augmenté, car les achats et la distribution ont été réactivés lors de la reprise économique après la pandémie. Les principaux facteurs de cette augmentation sont les émissions des emballages et du refroidissement des produits. Toutefois, même si les économies ont rebondi en 2021, nous avons pu poursuivre la réduction des émissions de scope 1 et 2 à 4,4 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>e grâce à des projets d'énergie renouvelable mis en œuvre dans plusieurs pays et à des initiatives d'efficacité énergétique, ce qui a entraîné une diminution de 29% des émissions absolues de scope 1 et 2 par rapport à notre ligne de base 2017.

 [En savoir plus sur l'objectif action pour le climat 2025 >](#)



Notre compréhension développée des risques et opportunités potentiels liés au climat à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur continue de guider notre stratégie à long terme. Cela nous permet d'innover, de créer une valeur commune pour notre entreprise et nos parties prenantes, et d'impliquer nos consommateurs et nos talents actuels et futurs dans les questions qui leur tiennent à cœur.

 [En savoir plus sur notre analyse TCFD >](#)

## Travailler à une ambition commune à long terme nous fait avancer

Dans le cadre de notre engagement à favoriser la décarbonisation et à renforcer la résilience climatique par le biais de nos objectifs de développement durable 2025, nous sommes fiers d'annoncer notre ambition d'atteindre la neutralité carbone dans toute notre chaîne de valeur d'ici à 2040.

Nous avons exposé notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040 grâce à des actions clés pour accélérer notre transition climatique. Notre approche est :

### Renforcée par l'inclusivité

Nous considérons que la collaboration avec les fournisseurs et les détaillants, le partenariat avec les start-up proposant des solutions révolutionnaires et l'engagement de l'ensemble du secteur sont essentiels pour décarboniser la chaîne de valeur.

### Étayée par des solutions naturelles

Nous pensons que l'engagement auprès des producteurs de notre chaîne d'approvisionnement contribuera à étendre les pratiques d'agriculture régénérative pour enrichir la santé des sols tout en améliorant la capacité à capter le carbone. En outre, nous avons la conviction que les solutions basées sur la nature visant à améliorer la santé dans les bassins versants contribueront à lutter contre le changement climatique.

### Axée sur l'impact local

Nous donnons la priorité à la réduction des émissions locales dans nos activités et à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur, notamment par des investissements visant à stimuler l'innovation locale.

 [En savoir plus sur notre ambition d'atteindre la neutralité carbone >](#)

# Notre ambition d'atteindre la neutralité carbone



## Les objectifs à court terme stimulent l'innovation et la décarbonisation dès à présent

Nous développons la résilience climatique en nous engageant à passer à 100% d'électricité verte dans nos sites de production mondiaux et à réduire nos émissions de GES 25% dans toute notre chaîne de valeur. Conformément à la recommandation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, en mars 2018, nous avons fixé un objectif fondé sur des données scientifiques qui correspond aux réductions requises pour maintenir le réchauffement à 1,5 degré Celsius. Nous nous sommes engagés à réduire les émissions GES absolues de scope 1 et 2 de 35% d'ici à 2025 par rapport à l'année de référence 2017, en accord avec l'objectif d'1,5 degrés. En outre, nous nous engageons à faire passer l'approvisionnement annuel d'électricité verte de 7% en 2016 à 100% en 2025. Nous nous engageons également à réduire les émissions sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) de 25% par boisson d'ici à 2025, par rapport à l'année de référence 2017. Nous incluons plus de 87% de nos émissions totales de scope 3 dans notre objectif fondé sur des données scientifiques, ce qui nous place bien au-delà du seuil d'inclusion des deux tiers requis par la Science Based Targets initiative.

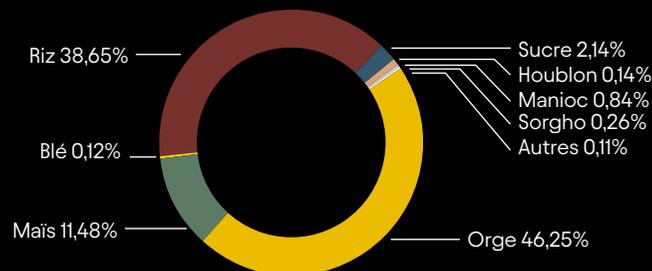
### Eclipse : une plateforme dédiée à la collaboration sur la résilience climatique

Nous poursuivons l'engagement de nos fournisseurs par le biais de la plateforme Eclipse. L'année dernière, nous avons lancé Eclipse Activate en Amérique du Nord, qui est notre programme visant à soutenir les fournisseurs et à leur fournir les outils nécessaires pour mesurer et suivre la décarbonisation de leur chaîne d'approvisionnement. En 2021, nous avons identifié les initiatives via la plateforme Eclipse Activate, ce qui équivaut à une réduction potentielle de 150 000 tonnes de CO<sub>2</sub>e par an. Nous recherchons continuellement des moyens de collaborer avec nos fournisseurs tout au long de notre chaîne de valeur et nous sommes fiers de compter plus de 80 fournisseurs participant à la plateforme Eclipse.



[En savoir plus sur Eclipse >](#)

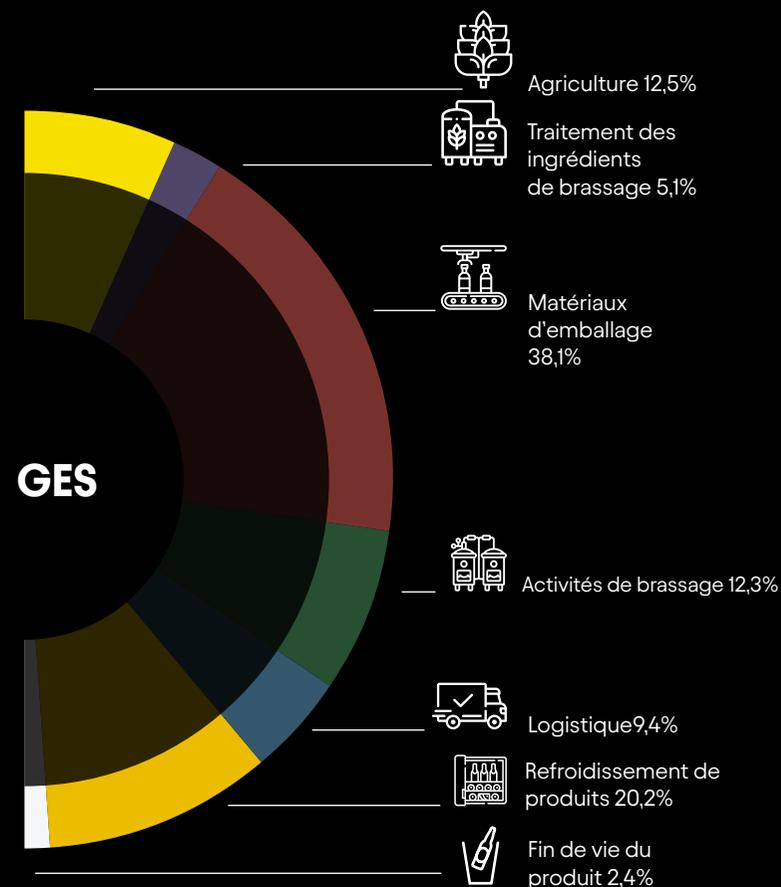
### Émissions de GES par type de culture\*



### Émission de GES par type d'emballage



### Répartition des émissions de GES par catégorie de scope



\*L'agriculture représente 12,5% des émissions de notre chaîne de valeur. Elle fait partie du scope 3 lié à notre chaîne de valeur, dans le poste « Biens et services achetés ».



En 2021, nous avons poursuivi nos efforts pour réaliser notre objectif d'action pour le climat 2025, tout en gardant à l'esprit notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040.

### Neutralité carbone atteinte dans trois sites

En juin 2021, nous avons annoncé notre premier site neutre en carbone à Wuhan en Chine. En septembre, nous avons annoncé notre second site neutre en carbone à Ponta Grossa, au Brésil, ainsi que notre première malterie neutre en carbone à Passo Fundo, au Brésil. La neutralité carbone fait référence aux émissions de scope 1 et 2 uniquement et tient compte de la compensation des émissions.

Les trois sites sont alimentés par la biomasse pour la production de chaleur et par l'électricité renouvelable produite par l'énergie solaire. Les émissions restantes, difficiles à réduire, sont compensées.

[En savoir plus sur notre premier site neutre en carbone à Wuhan, en Chine >](#)

[En savoir plus sur notre brasserie et notre site de maltage au Brésil >](#)

### Se placer en tête en étant la première brasserie de l'industrie alimentée par de l'hydrogène vert

Nous continuons à trouver des solutions innovantes pour nous aider à atteindre nos objectifs de développement durable. Un exemple de la manière dont nous réduisons proactivement les émissions est notre partenariat avec Protium Green Solutions, qui nous permettra d'utiliser de l'hydrogène vert pour alimenter la production de notre brasserie de Magor, dans le sud du Pays de Galles, au Royaume-Uni.

Cette initiative donnera naissance à la première brasserie approvisionnée en hydrogène vert dans le cadre de l'un des premiers contrats d'achat d'hydrogène (CAH) du secteur.

Nous allons mettre en place une infrastructure pour produire plus de 20 MW d'énergie renouvelable et d'hydrogène vert sur le site de Magor. Le site de production d'hydrogène comprendra une batterie, une unité de stockage

d'hydrogène et une station de ravitaillement en hydrogène. Selon nos estimations, elle sera opérationnelle d'ici à 2024. Cela renforcera davantage notre impact à la brasserie de Magor, qui utilise déjà 100% d'électricité renouvelable grâce à l'utilisation d'une éolienne sur site et de parcs solaires.

### Développer la plus grande flotte de transport électrique en Colombie

En janvier 2021, nous avons annoncé la location de 200 camions électriques en Colombie en partenariat avec Renting Colombia. Cette flotte, qui comportera des véhicules de charge moyenne et légère, ainsi que des chariots élévateurs et des voitures pour les équipes de vente, fait de notre filiale Bavaria le plus grand propriétaire de flotte électrique professionnelle en Colombie. En plus de moderniser notre flotte, le contrat de location aide Bavaria à promouvoir la transformation vers la mobilité électrique dans le pays. Les nouveaux camions électriques devraient être mis en service

d'ici le second semestre 2022, avec une réduction de CO<sub>2</sub> estimée à plus de 4 000 tonnes par an.

### Développer des innovations durables

Nous innovons avec de nouveaux équipements de concassage dans nos brasseries pour « décortiquer » le malt. Ce procédé permet de retirer l'enveloppe extérieure de l'orge maltée avant le début du processus de brassage. L'enveloppe retirée est ensuite utilisée comme source de chaleur (biomasse), et le malt à l'intérieur de l'enveloppe est utilisé dans le processus de brassage, ce qui augmente la productivité et l'efficacité énergétique, et réduit les émissions. Nous avons mis en œuvre cette technologie dans six brasseries à ce jour et nous étudions la possibilité de la développer dans les années à venir.

**« Les entreprises doivent agir et prendre des mesures de toute urgence afin de gérer les impacts environnementaux à travers l'ensemble de leurs chaînes d'approvisionnement afin d'accroître le niveau d'action nécessaire pour garantir un avenir limité à 1,5°C. Toutes nos félicitations aux plus de 400 entreprises reprises dans le 2021 Supplier Engagement Leaderboard du CDP. En tant que Supplier Engagement Leader, AB InBev est un pionnier de la transition vers un avenir durable neutre en carbone. »**

**Sonya Bhonsle, Global Head of Value Chains & Regional Director Corporations, CDP**



## L'accent mis sur la complémentarité et la proximité accélère la transition énergétique

### Brassage à l'énergie renouvelable

Dans nos efforts pour atteindre 100% d'électricité renouvelable, cette année nous avons fait des progrès dans plusieurs pays. Par exemple, en Afrique du Sud, Castle Lite a commencé à passer à l'électricité renouvelable afin de puiser moins dans le réseau national et de réduire les émissions de GES.

Les sept brasseries Castle Lite d'Afrique du Sud utilisent désormais l'énergie solaire. En outre, notre brasserie Alrode à Johannesburg produit également de l'électricité à partir des captures de biogaz dans notre processus de traitement des eaux usées. De janvier à août 2021, les sept brasseries ont produit plus de 9,7 GWh d'électricité renouvelable, réduisant ainsi nos émissions de CO<sub>2</sub> de 9 443 tonnes.

Aux États-Unis, Anheuser-Busch a célébré la réalisation anticipée de son objectif d'électricité renouvelable pour 2025. Elle a annoncé que l'ensemble de son portefeuille de marques de bière et de seltzer locales aux États-Unis est désormais entièrement brassé à l'électricité renouvelable provenant de l'énergie solaire et éolienne. Cela a été rendu possible par le parc solaire Anheuser-Busch, un projet solaire de 222 MWac dans le comté de Pecos, au Texas. Ce parc solaire a été développé en partenariat avec Recurrent Energy, une filiale à part entière de Canadian Solar Inc., et constitue le plus grand projet solaire du secteur des boissons aux États-Unis. La construction a duré près de deux ans et a créé environ 370 emplois à temps plein pendant le pic de la construction.

Pour célébrer le fait d'avoir atteint cette étape quatre ans avant notre objectif et la Journée mondiale de l'environnement, nous avons fait don de 100 000 d'USD à la Green Restaurant Association pour soutenir son travail essentiel axé sur la durabilité environnementale dans le secteur de la restauration.

### Pays dans lesquels nos activités fonctionnent (partiellement ou complètement) à l'électricité renouvelable (opérationnelle ou contractuelle)



# Gestion de l'eau

ODD : 6, 15 | GRI : 102-13, 102-43, 303-1, 303-2, 303-3, 304-2, 413-1

Plus qu'un simple ingrédient clé de nos produits, l'eau est une ressource essentielle pour la santé et le bien-être des communautés du monde entier. Les contraintes climatiques, l'infrastructure inadaptée et la mauvaise gestion ont tendance à amplifier les défis liés à l'eau. La raréfaction croissante des ressources en eau douce n'est pas seulement un problème substantiel pour notre entreprise, c'est aussi un risque global pour le bien-être économique, social et environnemental de nos communautés. En tant que premier brasseur mondial, nous nous efforçons de participer à la mise en œuvre d'une solution face aux problèmes d'eau croissants dans nos communautés et notre chaîne d'approvisionnement.

## Objectif de gestion de l'eau 2025

Toutes nos communautés situées dans des zones sensibles verront la disponibilité et la qualité de l'eau s'améliorer significativement d'ici à 2025

### Progrès

2,66

hI/hI rapport d'efficacité de l'utilisation de l'eau

100%

des sites concernés par notre objectif ont mené des actions de sensibilisation, analysé les problèmes d'eau locaux et identifié des solutions potentielles

83%

de ces sites ont commencé à mettre en œuvre des solutions

3

de ces sites ont commencé à constater un impact tangible

Nous avons poursuivi notre progression vers notre objectif en tirant parti de notre processus de gestion des bassins versants en 7 étapes, avec deux sites supplémentaires commençant à mettre en œuvre des solutions pour les eaux souterraines et un site supplémentaire mesurant l'impact, par rapport à 2020. La variation de la nature et de la complexité des problèmes d'eau locaux, des groupes et des intérêts des parties prenantes, et de la conception des solutions entraîne des variations sur les sites qui font des progrès grâce au processus en 7 étapes.

 [En savoir plus sur l'Objectif de gestion de l'eau 2025 >](#)



## Des solutions sur mesure sont nécessaires pour relever les problèmes d'eau locaux et complexes à travers le monde

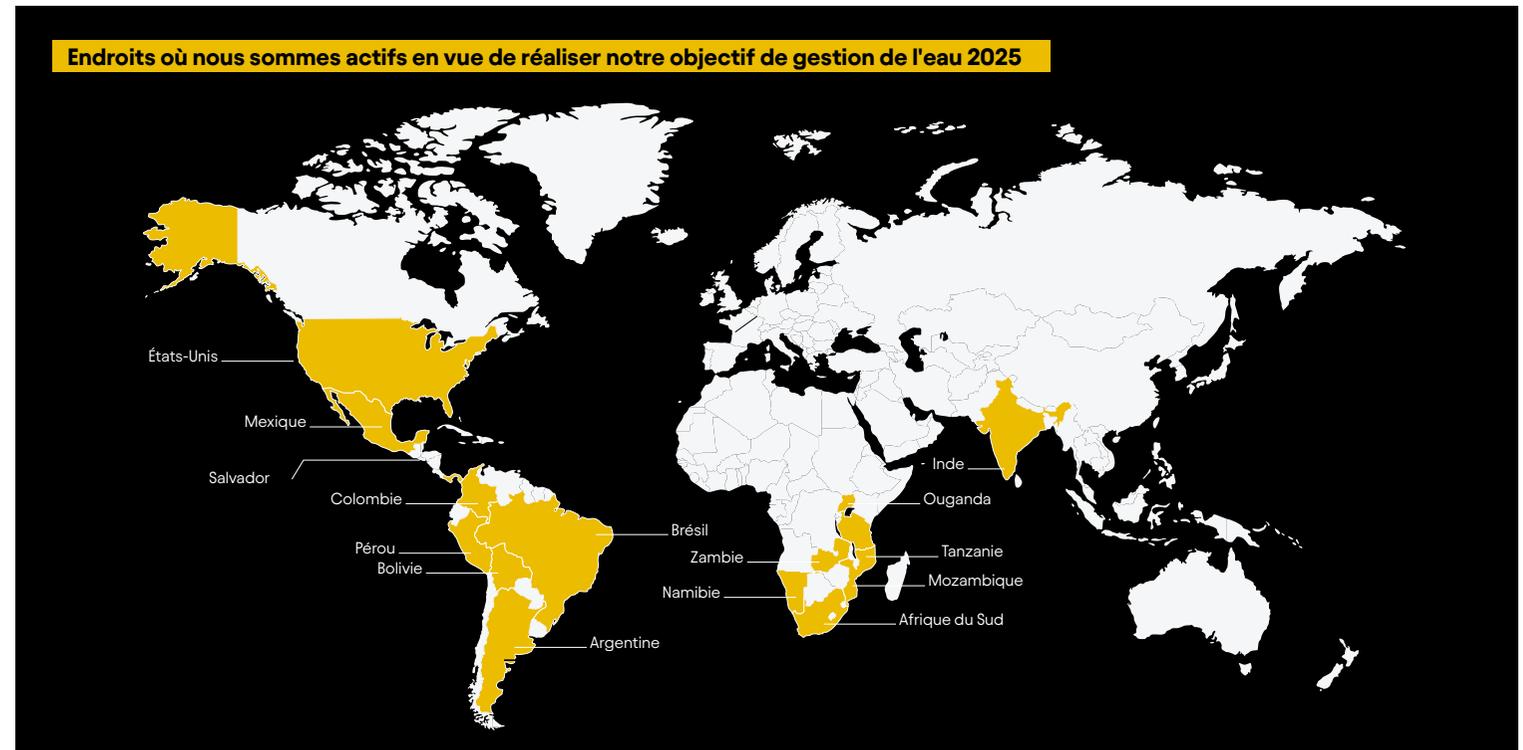
Nous avons mis au point un outil d'évaluation du risque hydrique qui s'appuie sur des sources de données externes et sur les contributions de nos équipes locales pour examiner notre risque opérationnel à l'échelle mondiale sur une base trimestrielle. Grâce à cet outil, nous avons identifié et continuons à donner la priorité à nos sites situés dans des zones en situation de stress hydrique élevé. En 2021, 41 de nos sites au total étaient situés dans des zones en situation de stress hydrique élevé ; 36 d'entre eux sont concernés par notre objectif de gestion de l'eau 2025, sur la base d'une analyse de référence de 2017. Pour relever les défis liés aux bassins versants spécifiques au contexte local dans ces zones en situation de stress hydrique élevé, nous avons élaboré et mis en œuvre un processus de gestion des bassins versants en sept étapes.

Voici quelques exemples de solutions locales élaborées à l'aide de ce processus :



### Améliorer la disponibilité de l'eau et les pratiques de gestion au Mexique

À Zacatecas et Apan, au Mexique, notre équipe au sein de Grupo Modelo gère deux brasseries, qui dépendent de la disponibilité des ressources en eau provenant des aquifères voisins de Calera et Apan. En raison de la croissance rapide de la population, de l'économie et de la production agricole, ces aquifères ont été fortement sollicités. Notre projet Aquas Firmes, mis en œuvre en collaboration avec la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, vise à réalimenter ces aquifères et à améliorer la sécurité de l'eau à long terme pour la population locale, les producteurs et l'industrie locale, ce qui devrait profiter à plus de 700 000 membres de la communauté.



En collaboration avec nos partenaires du projet, nous visons à améliorer les pratiques de gestion durable de l'eau dans les aquifères de Calera et d'Apan en aidant les producteurs à mettre en œuvre la micro-irrigation et l'agriculture de conservation ; en installant un réseau de stations de surveillance hydrologique et en formant les parties prenantes locales à la surveillance et à la gestion des aquifères ; en créant des accords de gestion de l'eau dans chaque communauté ; et en favorisant la réalimentation des aquifères par des solutions basées sur la nature et des infrastructures vertes.

En 2021, le projet a progressé significativement vers la réalisation de ces objectifs. Il a notamment soutenu les producteurs dans la mise en œuvre de la technologie de micro-irrigation et des pratiques d'agriculture de conservation sur

plus de 1500 hectares de terres agricoles, et a fourni à 237 producteurs un meilleur accès au crédit, aux assurances et/ou aux subventions. Les partenaires du projet ont planté plus de 170 000 semis pour contribuer à la reforestation, ont installé près de 25 000 mètres de barrières de pierre et ont construit 39 barrages en gabions pour favoriser l'infiltration de l'eau. En outre, les partenaires du projet ont organisé 105 formations communautaires pour renforcer les capacités locales en matière de gestion durable des ressources en eau, et 66 producteurs ont signé des pactes volontaires de conservation de l'eau en modifiant leurs pratiques d'utilisation de l'eau.

## Processus de gestion des bassins versants en sept étapes



### Restauration d'anciens canaux au Pérou

Notre équipe Backus au Pérou dépend de l'eau provenant de l'aquifère de Rimac pour sa production, qui est également la principale source d'approvisionnement en eau pour plus de 11 millions de personnes dans la capitale, Lima. De nombreuses communautés vivent dans le bassin supérieur de la rivière Rimac, et leurs principales sources de revenus sont l'agriculture, l'élevage et le tourisme. En raison du besoin en eau important et croissant et des effets du changement climatique, le bassin versant est fortement sollicité, ce qui a un impact sur la sécurité de l'eau et les activités génératrices de revenu de ces communautés.

Nous contribuons à la restauration des canaux d'eau ancestraux et des systèmes d'infiltration appelés « amunas » afin d'accroître l'accès à l'eau pendant la saison sèche pour les activités agricoles. En outre, nous renforçons les capacités des communautés rurales en les formant à

l'entretien, à l'exploitation et à la surveillance de ces amunas, et en intégrant des solutions basées sur la nature dans la gestion de leurs ressources en eau. Jusqu'à présent, nous avons contribué à réhabiliter près de 13 km d'amunas et formé 121 résidents des communautés locales à l'exploitation et à l'entretien de ces amunas. En 2021, le projet a reçu le prix « Lighthouse Award » de la fondation Brave Blue World.

### Promouvoir la santé et la réalimentation des bassins versants dans la zone de culture du houblon en Afrique du Sud

Le Cap-occidental de George, en Afrique du Sud, présente des caractéristiques hydrologiques et géographiques uniques qui en font la seule région d'Afrique adaptée à la culture du houblon, un ingrédient clé pour le brassage de nos bières savoureuses. Les effets du changement climatique, tels que la modification des régimes de précipitations, et la demande croissante de

« J'ai été invité à participer au projet Aguas Firmes et, en peu de temps, j'ai pu techniciser entièrement ma terre. J'ai remarqué que cela permet d'économiser de l'eau, de l'électricité et du temps de travail dans les champs. Outre la technicisation du système d'irrigation, Aguas Firmes m'a aidé et conseillé à appliquer des pratiques agricoles durables, telles que la rotation des cultures et le travail minimal du sol. Depuis que je collabore au projet d'Aguas Firmes, j'ai pu constater que le sol est mieux préservé. Il est très important que, en tant que producteurs, nous suivions un processus de rééducation dans cette dynamique de préservation de l'eau et de conservation des sols. »

José Luis Muro Rodarte, producteur à Zacatecas, au Mexique

l'agriculture et du développement urbain, exercent une pression sur l'accès à l'eau dans cette région. La présence d'une végétation non indigène est l'une des principales menaces pour la sécurité de l'eau dans la région, car ces espèces végétales consomment entre 20% et 60% d'eau en plus par rapport aux espèces indigènes, qui comprennent le fynbos - le plus petit des six royaumes floraux du monde et une composante importante de la biodiversité dans la région.

Depuis 2013, South African Breweries (SAB) et le Fonds mondial pour la nature (WWF) se sont associés à une série d'organisations telles que le Council for Scientific & Industrial Research, l'Agence allemande de coopération internationale (GIZ) et le Département de la foresterie, de la pêche et de l'environnement d'Afrique du Sud pour contribuer à résoudre ce défi grandissant des espèces envahissantes dans la région de





George. Avec le soutien actif et le financement de la Natural Resource Management agency, les partenaires ont œuvré à débarrasser les terres riveraines des espèces envahissantes. La région est également confrontée à des niveaux élevés de pauvreté. De ce fait, le processus a été conçu pour contribuer à responsabiliser la communauté locale en sélectionnant, en formant et en équipant la population pour effectuer le défrichage afin d'aider à restaurer le bassin versant.

De 2011 à 2021, le projet a mené un premier défrichage des espèces envahissantes d'abord sur 1 275 hectares, et ensuite sur 1 550 hectares supplémentaires (certaines zones initiales ayant fait l'objet de plus d'un défrichage supplémentaire). On estime que ces efforts de défrichage ont permis d'économiser environ 9 milliards de litres d'eau par an et ont eu un impact positif sur la communauté en créant environ 36 000 jours-personnes d'emploi, SAB fournissant environ 33% du financement total de ces initiatives.

### L'innovation peut contribuer à révéler une gestion plus efficace de l'eau et à améliorer la sécurité de l'eau

Dans le cadre de nos activités, nous brassons notre bière en visant des niveaux élevés d'efficacité de la consommation l'eau. En 2021, nous avons atteint

un taux d'efficacité global de la consommation d'eau de 2,66 hl/hl. Nous nous mettons au défi d'accomplir davantage, en visant un ratio de 2,5 hl/hl au niveau mondial et de 2,0 hl/hl pour les brasseries situées dans des zones en situation de stress hydrique élevé d'ici à 2025. Nous nous appuyons sur notre système de gestion interne Voyager Plant Optimization (VPO), qui comprend un module axé sur le suivi de l'efficacité de notre consommation d'eau et sur l'optimisation des activités d'usine en matière de traitement de l'eau. Le VPO comprend également une série de bonnes pratiques opérationnelles visant à minimiser la consommation d'eau, ainsi que des procédures de réutilisation et de recyclage de l'eau dans certaines parties du processus de brassage. Enfin, nos sites sont soutenus par un outil qui permet d'identifier des opportunités supplémentaires d'amélioration de l'efficacité de la consommation d'eau sur la base d'un benchmark de nos sites les plus performants.

Pour soutenir notre ambition d'efficacité de la consommation d'eau, nous avons collaboré en 2021 avec des fournisseurs et d'autres partenaires pour étudier et identifier de nouvelles possibilités de réduire davantage notre consommation d'eau. Le résultat de ces efforts a abouti au développement d'un outil que nos sites pourront utiliser pour identifier les technologies d'efficacité de la consommation d'eau qui sont particulièrement pertinentes pour

leurs conditions de fonctionnement locales. Au cours de l'année à venir, nous souhaitons nous concentrer sur l'expérimentation de certaines de ces technologies et le développement de feuilles de route destinées aux sites pour leur mise en œuvre future.

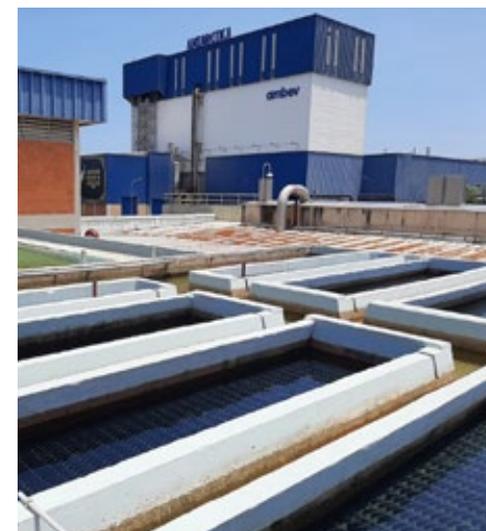
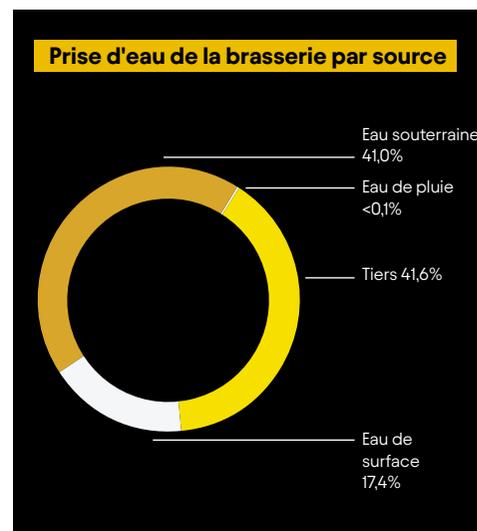
Voici quelques exemples des moyens mis en œuvre pour y parvenir :

### Rendre l'osmose inverse encore plus économe en eau

L'osmose inverse est une technologie de désalination économe en eau utilisée pour le prétraitement de l'eau destinée à la production de boissons, notamment le brassage de la bière. Près de 80 de nos sites dans le monde utilisent actuellement la technologie de l'osmose inverse, certains d'entre eux ayant plus d'une installation d'osmose inverse. La capacité moyenne actuelle de récupération de l'eau de ces installations est d'environ 80%, mais les nouvelles technologies d'osmose inverse émergentes ont le potentiel de récupérer jusqu'à 95% de l'eau ou plus.

Dans notre brasserie de Baoding, en Chine, nous mettons déjà en œuvre des initiatives visant à améliorer l'efficacité de notre consommation d'eau par le traitement et la réutilisation des effluents. En 2021, nous avons installé un système de traitement qui nous permet de récupérer et de traiter un type d'effluent appelé saumure qui est généralement rejeté et non réutilisé. Le nouveau système traite l'eau récupérée selon les normes locales de qualité en matière d'eau potable, ce qui permet de la réutiliser pour les processus au sein de la brasserie, ce qui représente une économie estimée à 0,1 hl/hl par an.

En 2021, nous nous sommes associés à l'université de Louvain la Neuve en Belgique pour évaluer les technologies permettant d'optimiser davantage l'osmose inverse, ce qui nous permettra d'accroître la capacité de récupération de l'eau de nos sites et de poursuivre l'amélioration de l'efficacité de notre consommation d'eau. Le projet a passé en revue quatre technologies prometteuses d'osmose inverse disponibles sur le marché à



l'heure actuelle, en quantifiant le potentiel estimé d'économie d'eau de chacune d'entre elles et en estimant les économies de coûts attendues de la réduction de la consommation d'eau. Le projet a conclu que l'investissement dans une technologie améliorée d'osmose inverse pourrait conduire à des économies d'eau et à des réductions de coûts significatives.

### **Transformer les résidus de brassage en méthodes d'irrigation durables**

SAB collabore avec l'université de Rhodes, le Nature Resource Management Programme et d'autres partenaires en vue de créer une zone humide artificielle innovante dans une brasserie SAB. Le projet traite les effluents de la brasserie locale et utilise l'eau et les nutriments pour irriguer une culture durable d'épinards pour la communauté locale.

Le projet a débuté il y a 13 ans, lorsque SAB s'est associé à d'autres partenaires pour mettre au point une solution de traitement biologique entièrement écologique pour les eaux usées et autres résidus du processus de brassage de la bière. Désormais, SAB s'engage plus à fond dans cette voie en développant un système commercial de micro-irrigation de 2 000 m<sup>2</sup> pour un producteur



local d'épinards. Les nouvelles cultures sont irriguées à l'aide des eaux usées traitées, qui contiennent suffisamment de nutriments pour éliminer le besoin d'engrais supplémentaires et réduire l'utilisation d'eau. En outre, les plantations d'épinards réduisent suffisamment la concentration de nutriments pour qu'environ 90% de l'eau puisse être récupérée et réutilisée dans la brasserie.

Ces projets visent à réduire la consommation d'eau du site de 350 000 litres par jour. Cet effort est repris dans plusieurs investissements agricoles essentiels réalisés par SAB en partenariat avec la start-up locale TaylorMade Water Solutions. En plus de soutenir la construction des plantations surélevées décrites ci-dessus, SAB a également offert une aide technique et un encadrement commercial à TaylorMade Water Solutions par le biais de son programme de développement des fournisseurs.

### **Les partenariats et la collaboration entre plusieurs parties prenantes sont essentiels pour renforcer notre impact**

Compte tenu de l'ampleur et de la complexité des problèmes d'eau auxquels nos communautés sont confrontées, nous savons que nous ne pouvons pas agir seuls. Nous sommes toujours l'un des membres fondateurs de la Water Resilience Coalition, une initiative menée par les CEO, portée par le secteur, dans le cadre du Pacte mondial des Nations Unies, qui vise à placer le stress hydrique mondial en tête des priorités des entreprises et à préserver les ressources mondiales en eau douce par une action collective dans les bassins en situation de stress hydrique. Nous avons également poursuivi notre engagement en tant qu'entreprise mondiale membre du 2030 Water Resources Group, un partenariat multipartite sur l'eau basé à la Banque mondiale regroupant des

partenaires d'exécution locaux sur les marchés prioritaires pour notre activité, tels que le Pérou et l'Afrique du Sud.

Nous sommes également conscients du fait que nous pouvons continuer à étendre notre impact par le biais de l'engagement de nos consommateurs à travers nos marques. Notre marque mondiale Stella Artois a poursuivi son partenariat avec Water.org pour contribuer à fournir un accès à l'eau potable à des millions de personnes dans les pays en développement. Depuis le début du partenariat en 2015, Stella Artois a aidé Water.org à fournir un accès à l'eau potable à 3,6 millions de personnes grâce à des dons directs et à la vente de verres calices, de packs et de services en édition spéciale.

Enfin, cette année, nous avons signé des accords pour la prochaine phase du partenariat avec The Nature Conservancy (TNC) et le WWF afin de poursuivre ensemble notre travail sur les bassins versants, axé sur l'investissement de ressources financières et techniques dans des solutions basées sur la nature, l'amélioration des infrastructures d'approvisionnement en eau et le renforcement des capacités de gouvernance. En outre, en collaboration avec ces deux partenaires, nous avons développé des ressources de leadership d'opinion que les entreprises et les parties prenantes peuvent utiliser dans leurs propres efforts de gestion de l'eau. En collaboration avec TNC, nous avons publié un guide permettant de mesurer et d'évaluer l'impact des projets de bassins versants des entreprises, décomposant le processus en cinq étapes : définition des objectifs, développement d'indicateurs de performance et de mesures, planification de la collecte des données, analyse et évaluation des données, rapport et communication aux parties prenantes. Le guide a pour but de démystifier le processus de mesure et d'évaluation et d'aider les professionnels à impliquer leurs partenaires de projet dès le départ



afin de développer et de déployer un plan de mesure et d'évaluation solide, mais aussi ciblé et rentable.

 **Consultez le rapport sur la mesure et l'évaluation de l'impact des projets de bassins versants des entreprises >**

Au cours de la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques (COP26), nous avons publié, conjointement avec le WWF, le Waterways to Resilience, un rapport démontrant la façon dont les solutions basées sur la nature peuvent jouer un rôle essentiel pour résoudre les problèmes d'eau et soutenir l'adaptation au changement climatique et la résilience de manière plus générale. Le rapport est axé sur les preuves, en Afrique et dans le monde, du potentiel des solutions basées sur la nature pour relever cinq problèmes d'eau majeurs : la pénurie d'eau, la dégradation de la qualité de l'eau, les risques d'inondation, les eaux pluviales et les inondations urbaines, ainsi que l'érosion et les inondations côtières. Il fournit également des recommandations pour multiplier les investissements dans les solutions basées sur la nature.

 **En savoir plus sur le rapport Waterways to Resilience >**

# Agriculture durable

ODD : 1, 2, 5, 8, 13, 15 | GRI : 102-4, 102-6, 304-2

Pour brasser nos bières, nous dépendons de cultures agricoles de haute qualité provenant de communautés prospères et d'écosystèmes sains. Nous constatons l'impact croissant du changement climatique dans nos régions d'approvisionnement, c'est pourquoi nous travaillons à renforcer la résilience par le biais de la gestion des cultures, des variétés améliorées et des outils de limitation du risque. Nous étudions également la façon dont l'agriculture peut réduire les émissions de GES, protéger les bassins versants et améliorer la biodiversité. Outre l'aspect environnemental, nous sommes conscients du fait que les impacts du changement climatique dans le secteur agricole sont étroitement liés aux défis sociaux et économiques auxquels les producteurs sont confrontés à travers le monde. La réussite des producteurs et la santé de nos régions d'approvisionnement sont essentielles pour assurer la viabilité à long terme de cultures de qualité destinées au brassage, soutenir des communautés agricoles prospères et contribuer à un environnement plus sain.

## Objectif d'agriculture intelligente 2025

100% de nos producteurs directs seront qualifiés, connectés et indépendants financièrement d'ici à 2025

Progrès

> 22 000

producteurs directs en 2021

74%

producteurs qualifiés

65%

de producteurs connectés

69%

de producteurs indépendants financièrement

Entre 2020 et 2021, le nombre relatif de producteurs qualifiés a diminué de 2%, le nombre de producteurs connectés a augmenté de 8% et le nombre de producteurs indépendants financièrement a augmenté de 9%. Bien qu'il y ait eu une diminution relative des producteurs qualifiés, le nombre absolu de producteurs qualifiés a augmenté de plus de 900, et le nombre de producteurs concernés par notre objectif a augmenté de près de 8% pour atteindre plus de 22 000 producteurs. L'augmentation a été la plus prononcée dans notre zone Afrique, qui compte davantage de producteurs de sorgho en Zambie, en Tanzanie et en Ouganda. Alors que les restrictions liées à la pandémie de COVID-19 ont continué à limiter notre capacité à dialoguer face à face avec les producteurs, nous avons tiré parti des visites à distance, des outils numériques et des approches alternatives comme les émissions de radio dans les communautés de petits propriétaires agricoles pour continuer à apporter notre soutien aux producteurs. Notre programme d'orge ukrainien a été ajouté aux programmes concernés par notre objectif, portant à 14 le nombre de pays concernés.

 [En savoir plus sur notre objectif d'agriculture intelligente 2025 >](#)



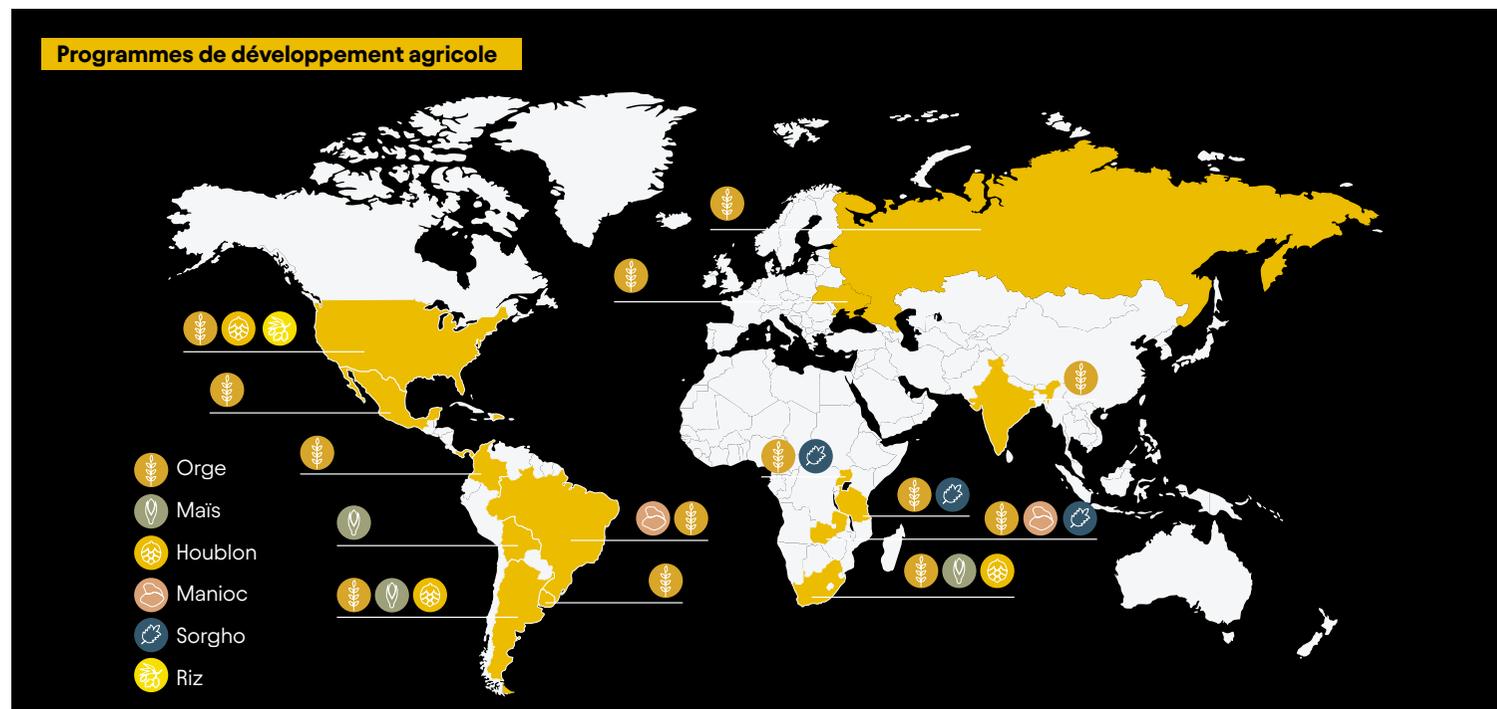
## Les producteurs sont au cœur de l'agriculture durable

Nous adoptons une approche axée sur les producteurs pour soutenir l'agriculture durable et tirons parti de nos liens directs et locaux avec les producteurs par l'intermédiaire de nos agronomes et de nos chercheurs sur le terrain. Pour développer des chaînes d'approvisionnement agricoles résilientes, nos initiatives portent sur les aspects environnementaux de l'agriculture ainsi que sur les éléments économiques et sociaux qui sont si étroitement liés.

### Promouvoir l'autonomisation financière grâce à la formation en matière d'éducation financière

La formation en matière d'éducation financière est un élément essentiel de l'autonomisation financière des petits propriétaires agricoles de notre chaîne d'approvisionnement. Une meilleure connaissance des finances personnelles permet aux producteurs de mieux évaluer et de tirer parti des services financiers pour assurer la pérennité de leurs activités. En 2021, nous nous sommes associés à Rabobank's Rabo Partnerships pour développer un programme d'éducation financière afin d'aider nos équipes et nos partenaires d'exécution à former les petits propriétaires agricoles en Tanzanie, en Ouganda et en Zambie. Le programme comprend des modules sur les bases de l'éducation financière, l'épargne, la budgétisation et la tenue de registres, la gestion des risques et les produits et services financiers.

Dans le cadre de cette initiative, nous avons mené un programme de formation des formateurs destinée aux producteurs en Ouganda, en collaboration avec Rabo Partnerships et l'Agribusiness Development Centre, une organisation qui se consacre à la formation des organisations de producteurs aux marchés et aux finances. Notre équipe a sélectionné 20 producteurs principaux pour participer au programme, qui comprenait des simulations de formation, des évaluations des stagiaires et un engagement avec des institutions de services financiers. À leur tour, ces producteurs ont formé plus de 680 de leurs pairs dans leurs



communautés. En réponse aux feedbacks des formateurs, nous sommes en train de développer un guide d'apprentissage visuel en vue de faciliter les futures formations. Bien que chaque marché nécessite une approche et un contenu adaptés, nous prévoyons de continuer à exploiter l'énergie et l'expertise des producteurs principaux pour développer la formation.

### Collaborer étroitement avec les producteurs pour développer des solutions

Nous ne pouvons faire progresser l'agriculture durable que grâce à notre partenariat avec les producteurs. En 2020, nous avons lancé le Grower Advisory Panel aux États-Unis pour renforcer notre lien avec les producteurs et contribuer à améliorer notre chaîne d'approvisionnement. Le Panel réunit plus de 20 producteurs qui représentent chacune de nos cultures et régions d'approvisionnement avec des membres de nos équipes Zone et Global pour discuter de sujets commerciaux,

agronomiques, de durabilité, de politique et de consommation. Afin de représenter le point de vue d'un plus grand nombre de producteurs sur ces sujets, le Panel a mis en place l'enquête Voice of the Grower dès sa première année, avec des taux de réponse dépassant 40% en 2020 et 2021. En 2021, le panel a identifié et s'est aligné sur les domaines prioritaires à traiter, y compris la collaboration sur la santé des sols et les opportunités de gestion de l'eau, l'élargissement de l'utilisation des données pour prendre des décisions sur les cultures et la poursuite de la priorisation des initiatives de santé et de sécurité agricoles. Notre équipe envoie des newsletters semestrielles à tous les producteurs directs afin de souligner les domaines prioritaires et les réalisations du Panel, et les producteurs membres servent également de points de contact pour leurs pairs afin d'étendre la portée du Panel. Au vu des résultats de ce Panel et de la réponse positive

des producteurs participants, nous chercherons à développer des forums similaires à une échelle plus mondiale.

### Le renforcement de la résilience par le biais de pratiques régénératives est essentiel pour l'avenir de l'agriculture et de la nature

À l'échelle mondiale, les pratiques agricoles du siècle dernier, complexifiées par les effets du changement climatique, ont involontairement affaibli la santé des sols, menacé les ressources en eau et exacerbé la perte de biodiversité. Nous œuvrons au sein de nos chaînes d'approvisionnement agricoles pour résoudre

## Objectif d'agriculture intelligente 2025

ces problèmes intégrés à l'aide d'une approche systémique collaborative pour aider à améliorer la santé des sols et la productivité des producteurs, à protéger les ressources en eau et à atténuer l'impact du changement climatique pour des communautés plus résilientes.

### Mise en œuvre de notre cadre relatif à la santé des sols

Donner aux producteurs les moyens d'améliorer la santé de leurs sols est un pilier essentiel du renforcement de la résilience à long terme de la chaîne d'approvisionnement. En tant qu'entreprise qui s'approvisionne auprès d'un réseau diversifié de producteurs, nous sommes conscients qu'il n'y a pas d'approche universelle en matière d'amélioration de la santé des sols. Nous nous sommes associés à The Nature Conservancy (TNC) pour développer un cadre relatif à la santé des sols - une approche flexible à travers l'éventail des tailles des exploitations agricoles, des cultures et des régions dans lesquelles nous nous approvisionnons.

En 2021, nos chercheurs et agronomes ont travaillé sur ce cadre afin de promouvoir un ensemble commun de principes de santé des sols qui s'appuient sur des pratiques locales pertinentes, en reposant sur des initiatives existantes et en développant de nouvelles. Après avoir effectué un

benchmark des pratiques de santé des sols dans chaque région d'approvisionnement, nos équipes se sont axées sur les pratiques à faire progresser en fonction de leur impact positif potentiel sur les producteurs et notre entreprise.

Nous avons développé un projet local pour chaque pratique prioritaire et déterminé le soutien technique, financier et culturel dont les producteurs auraient besoin pour adopter de nouvelles pratiques, le rôle que nos équipes pourraient jouer et les partenariats nécessaires pour réussir. Grâce à des initiatives existantes telles que l'amélioration de l'analyse des sols en Inde, la fourniture de preuves des avantages de la santé des sols dans notre ferme modèle en Afrique du Sud et la mise en place d'un réseau agricole peer-to-peer aux États-Unis, nos équipes d'agronomes aident les producteurs à surmonter les obstacles inhérents à l'adoption. La démonstration des améliorations de la santé des sols est cruciale pour la mise à l'échelle de nouvelles pratiques et technologies, c'est pourquoi nous tirons parti et développons notre plateforme technologique interne, SmartBarley, pour mesurer les impacts sur la santé des sols dans les champs individuels et dans les écosystèmes agricoles afin de développer des pratiques plus durables dans les communautés agricoles.

### Étendre les pratiques régénératives à notre approvisionnement indirect en orge

Notre ambition d'atteindre la neutralité carbone sur l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici à 2040 s'appuie sur des solutions naturelles. Dans le domaine de l'agriculture, il s'agit notamment d'étendre les pratiques régénératives pour enrichir la santé des sols tout en séquestrant le carbone. Grâce à notre programme primé 100+ Accelerator, nous avons lancé un projet pilote en France avec Soil Capital, Boortmalt et Axereal pour inciter une cohorte de producteurs d'orge à adopter des pratiques régénératives en échange de déclarations quantifiées et certifiées de

### QUALIFIÉS

**Un producteur qualifié :**

- cultive une variété approuvée
- a reçu un protocole de culture pour cette variété
- a participé à deux engagements techniques par an avec des agronomes AB InBev ou avec nos partenaires

### CONNECTÉS

**Un exploitant commercial connecté :**

- reçoit des informations de SmartBarley ou d'une plateforme similaire

**Un petit exploitant agricole connecté :**

- reçoit au moins 3 communications numériques durant l'année sur le marché, la météo ou des conseils agronomiques



### INDÉPENDANTS FINANCIÈREMENT

**Un exploitant commercial indépendant financièrement :**

- a accès à des outils de partage des coûts ou de limitation du risque

**Un petit exploitant agricole indépendant financièrement :**

- reçoit une formation financière annuelle et a accès à des outils financiers adéquats

### IMPACT LOCAL

**« Qualifiés », « connectés » et « indépendants financièrement » définissent la manière dont nous travaillons avec les producteurs pour construire des chaînes d'approvisionnement résilientes**

- Impact environnemental : Réduction des GES, eau, santé des sols, biodiversité
- Impact économique : rentabilité et productivité du producteur
- Impact social : autonomisation des femmes et de jeunes, santé et sécurité des exploitations agricoles, travail digne

réduction d'émissions de CO<sub>2</sub>. En comparant les performances en matière d'émissions de carbone de l'ensemble de l'exploitation et celles des cultures des producteurs au cours de leur année de référence (2020) et après leur première année, nous aurons un aperçu des façons d'améliorer l'empreinte carbone de l'orge et de la manière dont ces pratiques pourraient être étendues. Le projet pilote contribuera également à parfaire notre approche de la collaboration avec les fournisseurs tiers, tout en nous efforçant d'étendre nos efforts en matière d'agriculture durable aux programmes d'approvisionnement indirect.

### Identifier les domaines d'action en matière de biodiversité

La biodiversité fournit une diversité génétique essentielle et des services d'écosystème significatifs pour l'agriculture. Il est essentiel d'atténuer les pressions liées à la pollution, au changement climatique, à l'utilisation des ressources naturelles, au changement d'affectation des sols et aux espèces envahissantes pour protéger et améliorer la biodiversité dans nos régions d'approvisionnement. En 2021, nous nous sommes associés à TNC pour identifier les zones prioritaires en matière de biodiversité en superposant des





ensembles de données environnementales mondiales à nos régions d'approvisionnement direct pour identifier la densité et la coexistence des pressions sur la biodiversité.

En s'appuyant sur leurs relations avec les producteurs et leur connaissance du contexte local, nos équipes d'agronomes ont commencé à élaborer des plans généraux et ciblés pour favoriser l'impact, notamment des pratiques d'atténuation, des ressources pour les producteurs et des partenariats locaux. Notre équipe d'agronomie au Mexique a déjà élaboré un programme visant à promouvoir l'utilisation d'une espèce de cactus indigène en tant que tampon agricole fonctionnel qui réduit la perte de sol et la sédimentation des plans d'eau voisins et offre aux producteurs des possibilités de revenus supplémentaires. En 2022, nous poursuivons le parachèvement de notre approche d'identification en utilisant de nouveaux ensembles de données, ainsi que l'élargissement de notre approche à nos régions d'approvisionnement indirect.

## La technologie est un élément clé de l'agriculture durable

Qu'il s'agisse d'analyses avancées, d'informations disponibles en temps utile ou de variétés de graine plus résistantes, le développement de l'innovation dans l'agriculture permettra aux producteurs de toutes les régions du monde et de tous les systèmes de culture de mieux s'adapter aux marchés et aux environnements changeants de demain.

## Élaborer des outils numériques pour soutenir les décisions sur le terrain

Nos agronomes utilisent notre plateforme interne SmartBarley pour permettre aux producteurs d'améliorer la productivité par le biais des données et des analyses. En 2020, nous avons poursuivi l'amélioration de cette plateforme pour nos équipes en intégrant les capacités de la plateforme avec notre partenaire en technologie Sentera, ce qui permet de renforcer les conseils donnés aux producteurs à l'aide d'analyses et d'informations en temps réel sur sa plateforme FieldAgent, qui s'intègre aux données de terrain recueillies par SmartBarley. Cet outil permet aux agronomes de surveiller les champs des producteurs au fil des saisons et de fournir des conseils à temps pendant les périodes critiques. En 2021, une sécheresse historique a frappé une grande partie du nord du Midwest aux États-Unis. Nos agronomes ont utilisé l'imagerie satellite de FieldAgent pour détecter les cultures atteintes et recommander aux producteurs les étapes ultérieures à entreprendre face à la sécheresse. Les changements climatiques et les épisodes météorologiques de plus en plus volatiles rendent cette information essentielle en vue de développer une chaîne d'approvisionnement résiliente dans nos zones agricoles locales.

La technologie a été particulièrement utile au travail des agronomes pour soutenir les producteurs durant la pandémie. L'imagerie satellite et les données météo fournies via Field Agent ont permis à nos agronomes de continuer à fournir un soutien à distance, tandis que la pandémie limitait la capacité de notre équipe à se trouver dans les champs avec les producteurs, favorisant l'adoption de cet outils. Pour poursuivre le renforcement des liens entre les producteurs et les agronomes, nous offrons aux producteurs un accès direct à FieldAgent à titre d'essai. Cet outil partagé reliera la télédétection et les conseils sur le terrain, contribuant à créer un langage commun

aux agronomes et aux producteurs grâce au partage des informations.

Nous collaborons également avec Sentera au développement d'analyses prédictives qui nous indiqueront au préalable des données sur le rendement et la qualité de l'orge. En 2021, nous avons utilisé des données des États-Unis, de l'Uruguay et de la Russie pour valider ces analyses, qui se sont avérées précises à environ 80% pour prédire le rendement avant la récolte. L'anticipation des perturbations potentielles de l'approvisionnement nous permettra de mieux conseiller les producteurs et d'équilibrer le stock des récoltes dans l'ensemble de nos activités.

## Développer des variétés de cultures résilientes pour l'avenir

Utiliser uniquement des procédés de culture pour développer des variétés de culture optimisées en termes de performances agronomiques et de brassage nécessite des années d'essais. L'ensemble de notre procédure de préparation de culture pour une seule variété a une durée d'environ dix ans. Compte tenu de l'évolution du marché et des conditions climatiques, nous sommes soumis à une pression grandissante nous demandant d'accélérer le développement des variétés de culture pour garantir que nos cultures prioritaires restent compétitives pour les producteurs.

Nous collaborons avec Computomics afin d'utiliser leurs capacités d'analyse prédictive en parallèle avec nos procédés de culture traditionnels pour parfaire et accélérer notre processus de développement de variétés d'orge. Ensemble, nous utilisons l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique pour analyser des ensembles de données complexes, notamment en matière de génétique, de rendement, de qualité du malt, d'environnement et de climat. En modélisant le potentiel de différentes caractéristiques de l'orge dans divers scénarios environnementaux,

nous pensons pouvoir choisir du matériel à haut potentiel pour les évaluations futures des champs et du brassage et progresser plus rapidement vers la diffusion de nouvelles variétés. Les premières indications de nos efforts en 2021 suggèrent la possibilité d'une augmentation de 50% ou plus du taux d'amélioration pour les caractéristiques essentielles des variétés, y compris le rendement.

En anticipant les contraintes futures en matière de ressources, nous sommes convaincus que cette méthode d'association de l'analyse des données et des procédés de culture traditionnels nous permettra de modéliser des caractéristiques telles que la réaction face à la sécheresse, conduisant au développement de variétés plus résilientes. En poursuivant la mise en œuvre de cette approche dans nos régions d'approvisionnement, nous pourrions assurer un approvisionnement fiable et de qualité en orge pour le brassage de nos bières, aujourd'hui et demain.

**« Il faut que le secteur de l'alimentation et des boissons fasse des progrès majeurs pour réduire son impact sur la biodiversité. AB InBev a fait preuve de leadership en cherchant à comprendre et à atténuer l'impact de son approvisionnement direct en ingrédients agricoles sur la biodiversité, en développant une nouvelle approche qui, nous l'espérons, incitera le secteur à progresser plus rapidement. »**

**- Michael Wironen, Ph.D. - Scientifique principal, Agriculture & systèmes alimentaires à The Nature Conservancy**

# Emballage circulaire

ODD : 1, 5, 8, 12, 13, 14 | GRI : 301-2, 306-1, 306-2, 306-4

Alors que le monde est confronté à une raréfaction croissante des ressources, l'adoption d'une approche circulaire des emballages et l'amélioration des matériaux utilisés peuvent potentiellement générer des avantages financiers à long terme, assurer à notre entreprise une sécurité d'approvisionnement en emballages à long terme et contribuer à éliminer les déchets. À eux seuls, les emballages sont responsables de près de 38,1% de nos émissions de GES, ce qui souligne encore davantage l'importance de cet engagement pour notre entreprise et nos efforts de lutte contre le changement climatique. Pour atteindre notre objectif, nous devons adopter une approche consistant à réduire les emballages et le besoin en matériaux vierges dans la mesure du possible, à augmenter le contenu recyclé, à identifier les opportunités de recyclage des matériaux et à promouvoir la récupération et la réutilisation des emballages dans leur forme d'origine.

## Objectif d'emballage circulaire 2025

100% de nos produits seront conditionnés dans des emballages consignés ou à contenu majoritairement recyclé d'ici à 2025

Progrès

36,4%

du volume conditionné en emballage  
consigné en 2021

43,8%

de contenu recyclé dans le verre

55,6%

de contenu recyclé dans les canettes

20,0%

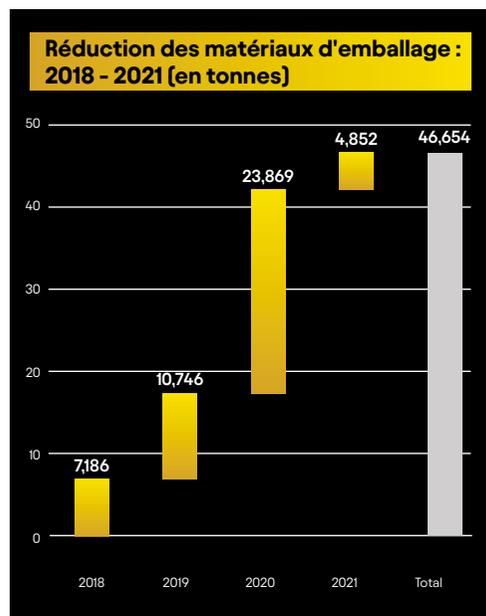
de contenu recyclé dans le PET

Les chaînes d'approvisionnement en recyclage ont mis du temps à se rétablir en 2021, et le COVID-19 a continué à avoir un impact sur notre gamme d'emballages et sur la collecte dans de nombreux marchés. La pénurie de contenu recyclé sur le marché a nécessité l'utilisation de davantage de matériaux vierges ou de matériaux à plus faible contenu recyclé, ce qui a entraîné une diminution du pourcentage de contenu recyclé dans certaines de nos catégories d'emballages. À nos yeux, ces événements ont renforcé l'importance de la circularité et de l'économie locale pour notre activité, et en 2021, nous avons œuvré au développement de nouvelles chaînes d'approvisionnement locales de recyclage en investissant dans des systèmes de collecte et en travaillant avec des partenaires pour augmenter la capacité de recyclage locale.

 [En savoir plus sur notre objectif  
d'emballage circulaire 2025 >](#)

## L'innovation est essentielle au développement de l'emballage circulaire durable

Nous tirons parti de nos capacités de conception des emballages et de l'innovation des marques pour repenser nos modèles d'emballage et de distribution, en travaillant en étroite collaboration avec notre Global Innovation and Technology Center de Louvain, en Belgique, pour évaluer, développer et mettre en œuvre des technologies d'emballage durable. Nous avons défini des priorités claires avec nos équipes de développement, qui recherchent des moyens de réduire (alléger), de réutiliser, de recycler et de repenser nos matériaux d'emballage. Pour diriger ce processus, nous avons développé et intégré des outils de développement durable à utiliser tout au long des différentes étapes de notre processus d'innovation en matière d'emballage.



L'un de ces outils est l'Eco-Scorecard, développé conjointement avec l'Instituto de Embalagens au Brésil. Cet outil combine des paramètres tels que la réduction des matériaux d'emballage, les taux de recyclage du pays, le contenu recyclé de l'emballage et les facteurs d'émissions de carbone locales en un seul tableau de bord, afin que nous puissions facilement comparer différents types d'emballage pour guider nos décisions en matière d'innovation.

Voici quelques exemples de nos innovations en matière d'emballage :

### La bouteille de bière la plus légère du monde

En juin, nous avons annoncé le développement d'une solution évolutive pour produire la bouteille de bière la plus légère du monde. Cette technologie réduit le poids de la bouteille, le faisant passer de 180 à 150 grammes, une diminution qui réduit les émissions de CO<sub>2</sub>e de 17% par bouteille. Si elle était utilisée sur une année de production de verre pour nos marques en Europe, elle représenterait une réduction des émissions de CO<sub>2</sub> équivalente au retrait de 40 000 voitures de la circulation chaque année.

Développée par l'équipe du Global Innovation and Technology Center en collaboration avec nos fournisseurs, cette innovation présente de nouveaux revêtements et des technologies de pointe pour garantir la solidité et la qualité. Nous étudions pour l'instant la façon de déployer cette nouvelle bouteille en Europe, d'abord sous forme de bouteilles à usage unique. Le prochain défi pour notre équipe d'innovation sera de mettre au point des technologies permettant de fabriquer des bouteilles consignées légères - dont l'empreinte environnementale est plus faible en raison de la réutilisation multiple de ces bouteilles - car ces bouteilles devront survivre à de nombreux cycles.

### Transformer les « résidus » d'orge en emballage durable

En mars, Corona a lancé un carton de six-pack conçu à base de papier renouvelable et recyclable fabriqué à partir de paille d'orge — un résidu de

la récolte des grains d'orge pour le processus de brassage. Comparée aux processus de traitement de la pâte classique, la nouvelle technologie utilise 90% d'eau en moins pour sa production que le procédé traditionnel de traitement du bois vierge, et moins d'énergie et de produits chimiques agressifs. De plus, ce nouveau carton peut être recyclé comme tout autre papier. À l'avenir, de nombreux matériaux autres que le bois pourraient convenir au traitement de la pâte, ce qui permettrait aux producteurs d'exploiter leurs champs au maximum tout en réduisant l'exploitation de nos forêts.

## L'investissement dans des systèmes de recyclage locaux est un élément crucial pour développer l'emballage circulaire

Qu'il s'agisse de récupérer les bouteilles en verre consignées ou de permettre le recyclage des emballages à usage unique, nous pensons qu'il est essentiel d'apporter des solutions durables et pratiques pour la récupération et le recyclage des emballages afin de réaliser nos ambitions en matière d'emballage circulaire et de mettre en place des chaînes d'approvisionnement résilientes en matière d'emballage. Voici quelques exemples de la manière dont nous œuvrons à la promotion de la récupération de nos produits en vue de leur réutilisation ou de leur recyclage :

### Récupérer les bouteilles en verre pour réduire notre empreinte

Environ 34,6% de notre volume mondial est vendu dans des bouteilles en verre consignées, dont l'intensité de carbone est près de cinq fois inférieure à celle des bouteilles à usage unique. La majorité de nos bouteilles peuvent être utilisées jusqu'à 15 fois, et certaines peuvent être utilisées jusqu'à 100 fois. Cette année, au Mexique, nous avons lancé Rebounce, un projet de récupération de bouteilles en verre qui génère des chaînes de récupération et sauve les bouteilles en verre perdues sur le marché. En 2021, l'initiative a permis



« Corona place la barre très haut pour le secteur. Ses efforts continus de reconception des produits permettront d'éliminer progressivement le plastique dont elle n'a pas besoin, et son investissement dans Mexico Recicla va bien au-delà de ce qui est nécessaire pour traiter son empreinte plastique actuelle et le plastique perdu dans la nature. Nous félicitons Corona d'avoir réduit l'utilisation du plastique et renforcé les infrastructures de collecte et de recyclage au Mexique, sans lesquelles la vision d'une économie circulaire ne serait pas possible. »

Irene Hofmeijer – Senior Managing Consultant for Plastics à South Pole

de récupérer plus de 120 millions de bouteilles en verre. Ces bouteilles récupérées étaient destinées à un usage unique et sont finalement re-remplies pour devenir un emballage plus durable et consigné.

En travaillant avec 58 récupérateurs de déchets dans le pays et en ouvrant huit entrepôts où les bouteilles récupérées sont triées et lavées, l'initiative crée des emplois dans l'économie locale.

### Tirer parti de la logistique circulaire pour accroître le recyclage des emballages à usage unique

Pour les emballages non consignés (bouteilles en verre à usage unique, canettes en aluminium et bouteilles en polyéthylène téréphtalate (PET)), nous nous engageons à atteindre un contenu recyclé d'au moins 50%. D'ici à 2025, nous voulons éviter l'utilisation de plus de 1,3 million de tonnes de matériaux vierges par an, par rapport à la ligne de base 2017, en augmentant la quantité de matériaux recyclés utilisés dans nos emballages. Au Brésil, nous élaborons de nouvelles solutions qui tirent parti de notre connexion avec les détaillants, les consommateurs et les récupérateurs de déchets pour ramener davantage d'emballages à usage unique dans la chaîne d'approvisionnement du recyclage, améliorant ainsi la disponibilité du contenu recyclé sur le marché.



Nous dirigeons des programmes avec les détaillants dans le cadre desquels nous fournissons des services de collecte et de recyclage à leurs magasins et les récompensons à l'aide de points pour chaque bouteille recyclée, qui peuvent ensuite être échangés sur notre plateforme B2B BEES. Pour promouvoir le recyclage auprès des consommateurs, l'équipe s'efforce de faciliter le processus pour le consommateur en travaillant avec plusieurs start-ups qui fournissent des points de collecte près du domicile des consommateurs et les incitent à s'impliquer dans ce processus à l'aide notamment d'avantages en espèces ou de points échangeables qui peuvent être utilisés pour les transports publics, le crédit téléphonique ou encore les factures d'électricité. Des efforts sont également réalisés pour l'instant pour renforcer l'écosystème des coopératives de recyclage et des récupérateurs de déchets afin d'aider à résoudre le problème de la collecte des déchets dans certaines régions tout en favorisant le développement communautaire. Ces initiatives comprennent le développement d'une coopérative modèle qui sera utilisée pour en former d'autres et la mise en œuvre d'outils numériques qui offrent une connexion aux récupérateurs de déchets individuels et leur donnent un meilleur accès aux avantages financiers.

### Les marques peuvent sensibiliser les consommateurs et les inciter à réfléchir à leurs choix d'emballages et à leurs habitudes de recyclage

En juin, Corona est devenue la première marque mondiale de boissons dont l'empreinte plastique nette est égale à zéro, ce qui implique que la marque récupère plus de plastique dans l'environnement qu'elle n'en rejette dans le monde. Cette étape importante a été franchie après une évaluation externe approfondie des opérations mondiales de Corona par rapport aux 3RI Corporate Plastic Stewardship Guidelines de South Pole, un fournisseur de solutions climatiques



de premier plan. La marque a également suivi la norme Verra Plastic Waste Reduction pour calculer l'impact des activités d'atténuation de Corona.

La stratégie d'atténuation de l'utilisation du plastique de Corona est globale : elle vise d'abord à réduire l'utilisation de plastique dans la mesure du possible par des efforts de reconception des produits, puis à éliminer les déchets plastiques de la nature. Pour s'attaquer au plastique qui pourrait finir dans l'environnement, Corona a investi dans Mexico Recicla, un centre de recyclage mexicain qui récupère et recycle les plastiques difficiles à recycler. Grâce à cet investissement dans le centre de recyclage et ses campagnes de collecte, pour chaque tonne de plastique que la marque utilise, Corona peut physiquement récupérer une quantité égale de plastique, allant ainsi au-delà de la compensation théorique et de l'attribution de crédits plastiques. En outre, Corona est en train de revoir le design des emballages de certains de ses produits phares afin de supprimer les anneaux de plastique dans sa production à l'exportation.

Pour impliquer davantage les parties prenantes dans cette démarche, Corona a lancé deux programmes cette année. Le premier est le « Corona Plastic Free Challenge », en partenariat avec notre programme 100+ Accelerator, qui engage des entrepreneurs passionnés du monde

entier à aider Corona à trouver de nouvelles idées ou technologies susceptibles de réduire ou d'éliminer davantage de plastique de la chaîne d'approvisionnement. La marque a également lancé la « Plastic Reality », une expérience de réalité augmentée qui incite les consommateurs à avoir une empreinte plastique nette égale à zéro. Cet outil leur permet de voir l'empreinte plastique annuelle de leur maison et les invite à prendre des mesures pour réduire leurs déchets plastiques.

Corona s'engage depuis longtemps à contribuer à la protection des océans et des plages à travers le monde contre la pollution des mers par les plastiques. Depuis 2017, Corona travaille en partenariat avec l'organisation Parley for the Oceans pour protéger les océans et les plages du monde de la pollution par les plastiques, en relevant le défi de protéger plus de 100 îles par le biais de nettoyages, de campagnes de sensibilisation et d'autres initiatives.

# Éthique et transparence

ODD : 1, 8, 10, 16 | GRI : 102-12, 102-17, 403-1, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 412-1, 412-2, 412-3, 413-1

**Le Conseil d'administration et notre équipe de direction s'engagent à promouvoir et à maintenir les normes les plus élevées en matière de comportement éthique et de transparence. Cet engagement guide tout ce que nous faisons en tant qu'organisation et sert de base à la création d'un avenir avec plus de célébrations. Nous avons créé des comités d'Éthique et de Conformité aux niveaux local et mondial, composés de dirigeants qui collaborent avec l'équipe Éthique et Conformité pour piloter nos programmes.**

Nous avons mis en place des codes internes, des normes et des politiques mondiales sur une série de questions éthiques, notamment la lutte contre la corruption, l'éthique numérique, les droits de l'homme et la lutte contre la discrimination. Ces codes, normes et politiques sont conçus pour guider et soutenir nos collègues et partenaires commerciaux. Nous avons également mis en place des plateformes, telles que la Compliance Channel, qui permettent aux collègues d'avoir un contact direct avec l'équipe Éthique et Conformité pour poser leurs questions, accéder aux politiques internes, demander des approbations liées à certaines questions de conformité ou accéder au service d'assistance en matière de conformité pour déposer un rapport. En 2021, nous avons reçu plus de 2 000 demandes de collègues par le biais de cette plateforme.



## Le comportement éthique est le fondement de la création d'une entreprise durable

Notre Code de conduite (« Code of Business Conduct » ou COBC) fixe les normes éthiques auxquelles tous nos collaborateurs sont tenus de se conformer et fournit une structure pour les interactions avec les tiers. Il impose aux employés de respecter l'ensemble des lois, de révéler tout conflit d'intérêts pertinent, d'agir à chaque instant dans l'intérêt de la société et de mener toute activité dans un esprit d'honnêteté et d'éthique. Il couvre également la confidentialité des informations, les limites d'acceptation de cadeaux ou de divertissements et l'utilisation adéquate des biens de la société. Le Code de conduite comprend notamment les politiques Global Anti-Corruption, Human Rights, Digital Ethics, Anti-Harassment & Anti-Discrimination, et Conflict of Interest.

Nous avons lancé de nouvelles formations en ligne en 2021 qui portaient sur des sujets tels que la lutte contre la corruption, l'éthique de la chaîne d'approvisionnement, l'éthique numérique, la lutte contre le blanchiment d'argent et notre COBC. Nous avons mis en place des structures, comme le service d'assistance Éthique & Conformité, pour permettre aux collègues et aux tiers de s'exprimer par le biais d'un système d'alerte mondial, qui permet de faire part de ses préoccupations de manière simple, sécurisée, confidentielle et, si on le souhaite, anonyme. Le service d'assistance est géré par une société indépendante et est disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, à travers le monde. Nous assurons le suivi de toutes les plaintes, qui concernent notamment la discrimination et le harcèlement, les conflits d'intérêts, la fraude et autres, et nous menons une enquête approfondie sur ces plaintes.

En outre, nous nous efforçons de rendre le service d'assistance Éthique et Conformité également accessible aux collègues qui souhaitent récompenser les personnes qui ont donné l'exemple en respectant les normes éthiques les plus strictes.

Pour poursuivre le renforcement de notre engagement à adopter un comportement éthique, nous utilisons notre plateforme primée d'analyse de données de conformité BrewRIGHT pour regrouper, normaliser et démontrer les tendances et les modèles afin d'identifier, de détecter et de prévenir la fraude et la corruption au sein de nos opérations.

BrewRIGHT poursuit son processus d'amélioration de l'adoption de la plateforme et de la surveillance proactive des risques grâce à l'apprentissage automatique, l'équipe du programme a introduit les paramètres BrewRIGHT fin 2020 pour évaluer l'efficacité du produit et le risque de conformité opérationnel approximatif dans plusieurs domaines. Ces paramètres couvrent le risque de conformité prédit, l'efficacité de l'algorithme, l'adoption du système et le retour sur investissement du système.

BrewRIGHT continue à progresser dans la façon dont nous utilisons la technologie juridique et l'analyse pour stimuler la réputation, les idées et l'information au sein de la fonction Legal & Compliance. En 2021, BrewRIGHT a été présentée dans des documents et publications techniques, notamment :

 **Document technique du Forum économique mondial : The Rise and Role of the Chief Integrity Officer : Leadership Imperatives in an ESG-Driven World >**

 **Coalition of Integrity : Using Machine Learning for Corruption and Compliance >**

 **Anti-Corruption Report : Can Companies Work Together to Prevent Corruption >**

Nous avons également créé un forum appelé Compliance Open House qui réunit la communauté de conformité comprenant des représentants du gouvernement et des leaders du secteur pour favoriser des conversations ouvertes sur la façon d'accroître l'utilisation de la technologie. L'initiative a débuté en 2019 et s'est poursuivie avec un mélange d'événements virtuels, en présentiel et hybrides quatre à cinq fois par an, avec une participation moyenne d'environ 70 personnes à chaque événement.

## L'éthique numérique est essentielle pour instaurer la confiance avec les parties prenantes

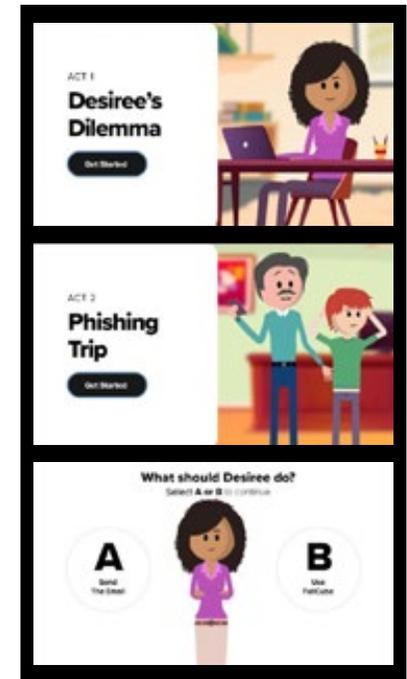
À mesure que la transformation numérique s'accélère, nous renforçons nos initiatives en matière d'éthique numérique pour gérer et protéger les données sur l'ensemble de notre chaîne de valeur d'une manière qui va au-delà du respect des règles en matière de protection des données. Pour soutenir notre stratégie d'éthique numérique, nous avons créé cinq règles fondées sur des principes pour simplifier et sensibiliser à l'éthique numérique et la sensibilisation à la cybersécurité :

- Ne recueillir que les données nécessaires ;
- N'utiliser les données que dans le but indiqué ;
- Protéger et sécuriser les données ;
- Ne conserver que les données nécessaires ;
- Être responsable.

En gardant ces principes à l'esprit, nous avons créé des formations sur mesure auxquelles environ 2 000 collègues occupant des fonctions commerciales essentielles ont participé en 2021.

Nous ne nous axons pas uniquement sur la formation pour encourager l'éthique numérique dès la conception. Pour soutenir notre programme

d'innovation croissant, nous avons mis en place un processus de gestion des risques numériques qui fournit un moyen simplifié et agile de soutenir nos équipes les plus innovantes. Il utilise la technologie pour mieux allouer les ressources et développer l'expertise pour les produits où le soutien juridique est essentiel pour permettre une innovation agile.



 **En savoir plus sur nos politiques mondiales >**



## Le respect des droits de l'homme est fondamental pour créer des communautés saines et prospères

Nous nous engageons à adopter des pratiques commerciales qui soutiennent et respectent les droits de l'homme et qui sont conformes aux principes du Pacte mondial des Nations Unies. Notre approche des droits de l'homme est basée sur les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme (UNGPs) et est décrite dans notre Politique mondiale en matière de droits de l'homme, qui a été élaborée grâce à un processus d'engagement et de feedback des parties prenantes internes et externes. Notre Politique mondiale en matière de droits de l'homme s'appuie sur des cadres internationaux, notamment les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Pour répercuter les principes de notre Politique en matière de droits de l'homme à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur, nous avons élaboré une politique mondiale de sourcing responsable et des principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles. Nous avons également intégré le respect des droits de l'homme et des principes pertinents

dans l'ensemble de nos politiques par le biais des politiques suivantes :

- Code de Marketing et de Communication responsables
- Politique de diversité et d'inclusion
- Politique mondiale de lutte contre le harcèlement et la discrimination
- Politique mondiale en matière de santé et de sécurité
- Politique d'alerte mondiale

Nos politiques sont partagées avec nos collègues par le biais de canaux de communication internes, et nous avons créé des modules d'apprentissage en ligne sur les droits de l'homme qui font partie de notre programme de formation pour nos collègues. Notre politique de sourcing responsable, nos principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles et notre code de marketing et de communication responsables sont communiqués à nos partenaires commerciaux au cours du processus contractuel et sont repris dans nos clauses contractuelles.

En 2021, nous avons créé un Human Rights Steering Committee mondial et interfonctionnel afin d'offrir une plus grande visibilité et une meilleure collaboration sur les sujets liés aux droits de l'homme. Le comité de pilotage fournit une

orientation stratégique et améliore le niveau de visibilité de nos progrès en matière de droits de l'homme dans l'ensemble de l'entreprise et de la chaîne de valeur. Il réunit des dirigeants de nos équipes Supply and Procurement, Legal, Corporate Affairs, Sustainability, Security et People, et est présidé par notre Global Vice President Corporate Affairs. Cette structure de comité reflète notre conviction selon laquelle les droits de l'homme doivent être une préoccupation commune à toute l'entreprise et ne doivent pas être à la charge d'une seule fonction ou zone.

### Comprendre les impacts sur les droits de l'homme grâce à la diligence raisonnable

Grâce au travail du Human Rights Steering Committee en 2021, nous avons amélioré notre visibilité dans les domaines où nos opérations et notre chaîne de valeur peuvent avoir un impact sur les droits de l'homme. Nous avons mené une évaluation des risques liés aux droits de l'homme qui nous a aidés à identifier les problèmes majeurs en matière de droits de l'homme et à analyser les résultats sur la base des processus de diligence raisonnable en matière de droits de l'homme, et sur la base des données de notre mécanisme de réclamation et des contributions des parties prenantes, notamment grâce aux rapports des ONG et des syndicats et des engagements et projets bilatéraux. Bien que nous ayons identifié des domaines clés sur lesquels nous mettons l'accent, notamment le revenu de subsistance, le travail des enfants et notre parrainage d'événements sportifs mondiaux, nous continuons à nous impliquer dans les questions de droits de l'homme de manière plus générale et à élaborer des plans d'action efficaces avec les fonctions concernées pour gérer ces risques. Nous continuerons à nous engager auprès des parties prenantes externes pour améliorer notre processus d'évaluation des risques.

S'appuyant sur le travail effectué en 2020, nos équipes en Afrique se sont concentrées sur le renforcement de la gouvernance régionale des questions relatives aux droits de l'homme en 2021. Grâce à l'Africa Zone Compliance Committee, qui est composé de leaders de fonction de la zone et présidé par notre Zone President Afrique, des responsables des droits de l'homme sont identifiés dans chaque pays et sont officiellement nommés par le Comité. Le comité vise à donner aux équipes nationales un mandat de la part de la direction pour défendre le travail sur les questions relatives aux droits de l'homme. Les questions et les plans d'action sont ensuite examinés par le comité, et les progrès sont suivis sur une base trimestrielle. Pour aider nos dirigeants à superviser les questions relatives aux droits de l'homme, nous avons collaboré avec Shift, une organisation de défense des droits de l'homme de premier plan, afin de dispenser une formation sur les droits de l'homme et les attentes des entreprises dans le cadre des Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.



Nous avons également collaboré avec des partenaires en 2021 pour mener des recherches dans nos régions d'approvisionnement au Brésil, en Zambie et en Ouganda. Les résultats ont mis en évidence les interconnexions entre la pauvreté et les faibles revenus et les impacts négatifs sur les droits de l'homme liés à la sécurité dans les exploitations agricoles, le rôle des enfants dans les exploitations agricoles et l'impact continu du COVID-19 dans les communautés agricoles. Nous travaillons à l'élaboration de plans d'action par rapport à ces résultats. En partenariat avec le Sustainable Food Lab, nous avons créé un outil d'évaluation du revenu de subsistance pour les exploitations agricoles et l'avons utilisé en 2021 pour mener des recherches sur le revenu de subsistance avec les petits propriétaires agricoles dans nos régions d'approvisionnement en orge en Ouganda.

Nous avons mené un projet pilote de mise en œuvre de notre cadre d'impact social en matière d'emballage circulaire avec nos équipes au Brésil et au Mexique, avec le soutien du Business Advisory Service d'Oxfam. L'objectif est d'identifier

les groupes vulnérables potentiels impliqués dans nos chaînes d'approvisionnement de recyclage, de comprendre les problèmes auxquels ils sont potentiellement confrontés et de créer des feuilles de route relatives à l'impact spécifiques au contexte de chaque programme.

Dans le cadre de notre parrainage de la Coupe du Monde de la FIFA 2022 au Qatar, nous avons demandé l'avis de plusieurs parties prenantes, notamment des organisations de défense des droits de l'homme et des syndicats, afin d'aligner nos actions sur les UNGP et de soutenir les efforts de la FIFA pour laisser un héritage positif aux travailleurs du Qatar. À la suite de cet engagement, nous avons introduit des clauses relatives aux droits de l'homme dans les contrats de nos fournisseurs locaux et dans les accords des fournisseurs sous-traitants. Chacun de nos fournisseurs locaux sera soumis à un processus de sélection, et notre propre équipe locale reçoit une formation spéciale.

Nous soutenons la décision des autorités qatariennes d'introduire des réformes du travail, en partenariat avec l'OIT, qui ont effectivement démantelé le

système Kafala (ou parrainage), qui limitait la capacité des travailleurs à quitter le pays et à changer d'employeur. Les réformes du travail ont intégré l'introduction d'une législation sur la mobilité de la main-d'œuvre, les salaires minimums et l'établissement de commissions paritaires mixtes (comprenant des employeurs et des travailleurs). Nous sommes également un membre fondateur du conseil consultatif du Centre for Sport and Human Rights, une ONG basée à Genève qui s'efforce de réunir des sponsors internationaux, des organismes sportifs, des agences des Nations Unies, des ONG et d'autres acteurs afin de faire entendre une voix collective en faveur de nouveaux progrès en matière de droits de l'homme dans l'ensemble du secteur sportif, y compris dans les pays hôtes de grands événements.

En 2021, nous avons également développé et lancé un nouveau processus de gestion des risques liés aux fournisseurs qui intègre les principaux domaines de risque, notamment les droits de l'homme, et nous avons impliqué des fournisseurs représentant plus de 30% de nos dépenses d'approvisionnement mondiales. Nous comprenons que les risques peuvent apparaître à tout moment au cours d'un partenariat. Par conséquent, en vue d'améliorer notre perception des problèmes émergents dans notre chaîne d'approvisionnement, nous avons adopté l'utilisation d'outils numériques qui surveillent nos fournisseurs clés et signalent les problèmes potentiels liés aux droits de l'homme et au travail. Pour soutenir la mise en œuvre de nos nouveaux processus de gestion des risques, nous avons amélioré nos clauses contractuelles relatives aux droits de l'homme, en les alignant plus étroitement sur les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et en précisant nos attentes par rapport aux fournisseurs de premier rang et au-delà. Nous exigeons de tous nos fournisseurs et partenaires commerciaux qu'ils se conforment à notre politique de sourcing responsable.



### **Nous prenons des mesures pour apporter une solution appropriée et efficace**

Lorsque, en dépit de nos efforts et de nos intentions, des problèmes liés aux droits de l'homme apparaissent dans notre chaîne de valeur, nous nous engageons à prendre rapidement des mesures pour y remédier efficacement et à revoir nos processus pour éviter qu'ils ne se reproduisent. Nos mécanismes de réclamation et systèmes de communication sont à la disposition de tous les collègues et partenaires commerciaux pour qu'ils puissent faire part de leurs préoccupations ou de leurs plaintes en matière de droits de l'homme, ce qui renforce notre capacité à identifier et à enquêter sur les problèmes potentiels en matière de droits de l'homme et à mettre en place des mesures pertinentes. En 2022, nous prévoyons de revoir et d'améliorer notre mécanisme de réclamation afin de l'aligner plus étroitement sur les attentes des Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme. Notre politique d'alerte mondiale fait état de notre engagement à ne pas exercer de représailles à l'encontre de ceux qui font part de leurs



préoccupations ou de leurs plaintes par le biais de nos mécanismes et canaux de réclamation. Nous coopérons également de bonne foi avec les mécanismes judiciaires et non judiciaires relevant de l'État, qui, nous en sommes convaincus, peuvent constituer une partie importante des mesures correctives.

Par exemple, depuis 2019, notre équipe en Inde travaille en coopération avec l'Union internationale des travailleurs de l'alimentation, de l'agriculture, de l'hôtellerie-restauration, du tabac et des branches connexes (UITA) en participant volontairement à un processus de médiation organisé conformément aux lignes directrices de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Suite au succès de la médiation, une résolution à l'amiable a été obtenue en 2020. En 2021, nous avons continué à mettre en œuvre les mesures convenues, sous la surveillance d'un tiers indépendant.

En août 2021, l'UITA nous a contactés au sujet de pratiques qu'elle perçoit comme étant antisyndicales dans nos opérations en Amérique latine. Nous nous sommes engagés à adopter des pratiques commerciales qui respectent les droits de l'homme et qui s'alignent sur les normes internationales de conduite commerciale responsable. Nous prenons ces allégations très au sérieux et, pour cette raison, nous procédons à un examen et ne pouvons pas en dévoiler plus tant que celui-ci n'est pas terminé.

En mars 2021, nous avons eu connaissance d'une inspection gouvernementale menée auprès d'un transporteur de notre chaîne d'approvisionnement de distribution au Brésil, impliquant de possibles irrégularités liées aux conditions de travail des travailleurs migrants. Conformément aux Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, notre réponse immédiate a été d'assurer la sécurité des personnes susceptibles d'être touchées, et nous

leur avons apporté un soutien permanent. En raison du processus juridique en cours, nous ne sommes pas en mesure de communiquer d'autres détails sur cette affaire. Nous avons mis au point une équipe multidisciplinaire composée de collègues des départements Legal, Logistics, Procurement et Sustainability afin d'examiner les processus actuels et d'identifier les possibilités d'amélioration de nos processus en matière de droits de l'homme dans nos activités logistiques au Brésil. Cela a conduit à l'élaboration et à la mise en œuvre de nouvelles approches de diligence raisonnable qui s'appuient sur des outils numériques et des évaluations en personne. Nous avons impliqué 100% de nos fournisseurs de distribution spécialisés et évalué 332 fournisseurs par le biais de processus de contrôle à distance et avons mené des évaluations en personne auprès de 36 fournisseurs.

## Développer une culture de la santé et de la sécurité est une valeur fondamentale

La création d'un avenir avec plus de célébrations doit d'abord concerner nos propres opérations, c'est pourquoi la santé et la sécurité de nos collègues est une valeur fondamentale de notre entreprise. Nous formons nos collègues à faire les bons choix en matière de sécurité à tout moment, pour eux-mêmes et pour les autres. Qu'il s'agisse de brasser ou de livrer nos produits, d'utiliser des machines ou de se rendre au travail par le biais d'un moyen de transport quelconque, la sécurité est primordiale. Nous œuvrons activement pour atteindre des normes élevées en matière de santé et de sécurité dans nos bureaux, nos brasseries, nos installations et tout au long de notre chaîne de valeur en instaurant une culture de la sécurité indépendante par le biais de formations, d'ateliers et de séances d'accompagnement. Les indicateurs liés à la sécurité sont transmis et contrôlés au niveau mondial grâce à nos systèmes de gestion de la sécurité en matière d'approvisionnement et de logistique.

## Indicateurs de la sécurité au travail

	2021	2020	2019	2018
<b>Accidents avec incapacité de travail (LTI)</b>				
Collaborateurs Supply	41 <sup>Ⓐ</sup>	68 <sup>Ⓐ</sup>	98 <sup>Ⓐ</sup>	135 <sup>Ⓐ</sup>
Logistique de deuxième rang/Collaborateurs Sales	127 <sup>Ⓐ</sup>	125 <sup>Ⓐ</sup>	208 <sup>Ⓐ</sup>	318 <sup>Ⓐ</sup>
Prestataires de services (tous)	115	110	262	492
<b>Total des accidents déclarés (TRI)</b>				
Collaborateurs Supply (occupés par AB InBev)	241 <sup>Ⓐ</sup>	259 <sup>Ⓐ</sup>	315 <sup>Ⓐ</sup>	415 <sup>Ⓐ</sup>
Prestataires de services (Supply)*	109			
Logistique de deuxième rang/Sales (Collaborateurs + Prestataires de services)	694	729	1,177	1,116
<b>Accidents mortels**</b>				
Collaborateurs Supply	1 <sup>Ⓐ</sup>	0 <sup>Ⓐ</sup>	1 <sup>Ⓐ</sup>	1 <sup>Ⓐ</sup>
Logistique de deuxième rang/Collaborateurs Sales	3 <sup>Ⓐ</sup>	4 <sup>Ⓐ</sup>	1 <sup>Ⓐ</sup>	4 <sup>Ⓐ</sup>
Prestataires de services (tous)	2 <sup>Ⓐ</sup>	3 <sup>Ⓐ</sup>	5 <sup>Ⓐ</sup>	9 <sup>Ⓐ</sup>

Nous avons le regret de devoir signaler six accidents du travail mortels, dont un s'est produit à l'intérieur d'une usine. Quatre sont liés à la sécurité routière et un a été le résultat d'un acte criminel aléatoire contre un employé alors qu'il effectuait un travail hors site.

## Nous poursuivons les initiatives visant à intégrer davantage la sécurité dans tous les aspects de nos activités.

Nous intégrons la sécurité dans tous les aspects de nos activités et développons des leaders de la sécurité à tous les niveaux de l'organisation. En 2021, nous avons mis à jour notre système de gestion de la sécurité pour mettre davantage l'accent sur l'engagement et l'appropriation de l'équipe de première ligne et nous avons

### Ⓐ Indicateur revu

Veillez-vous référer au Rapport d'assurance externe à la page 97.

Les collaborateurs de ZX Ventures, notre équipe mondiale d'investissement et d'innovation (environ 300 ETP dans le monde), ne sont pas repris dans les données relatives aux incidents survenus en fin d'année.

\*Les données sont uniquement communiquées à partir de 2021, car les contrôles internes concernant les rapports des prestataires de services des fournisseurs TRI (MDI & MTI) n'étaient pas encore suffisamment déployés au cours des années précédentes, entraînant une baisse de la qualité et de la robustesse des données.

\*\*Les données relatives aux accidents mortels ne comprennent pas les accidents mortels survenant sur le trajet domicile-lieu de travail, ni les accidents mortels impliquant la communauté, conformément aux définitions d'AB InBev en matière de reporting. Le tableau n'inclut pas non plus les accidents de la route mortels de prestataires de services, qui sont entièrement gérés par la société prestataire de services.

### Accidents avec incapacité de travail (LTI)

Accident du travail entraînant plus d'un jour d'absence au travail.

### Total des accidents déclarés

LTI + accidents nécessitant un travail adapté + accidents nécessitant un traitement médical.

### Collaborateurs Supply

Collaborateurs travaillant au sein d'une brasserie ou d'un site de production, incluant la logistique de premier rang.

### Logistique de deuxième rang/Collaborateurs Sales

Collaborateurs de logistique de deuxième rang, commerciaux, collaborateurs du groupe au niveau zonal et mondial.

### Accident mortel survenant sur le trajet domicile-lieu de travail

Accident qui se produit sur le trajet entre le domicile et le lieu de travail et qui entraîne le décès d'un ou de plusieurs de nos collaborateurs.

### Accidents mortels impliquant la communauté

Accidents mortels touchant des personnes en dehors de nos sites opérationnels dans le cadre de nos activités.





alloué des ressources à un projet de culture de sécurité comportementale globale pour soutenir ces initiatives. En outre, nous avons mis à jour notre système de déclaration des incidents afin d'améliorer les signalements, de permettre des enquêtes approfondies sur les incidents et de partager les enseignements tirés sur les précurseurs et la prévention des blessures graves et des décès. Nous avons également amélioré nos programmes de prévention des risques élevés en tirant des leçons des blessures et des accidents évités de justesse, ainsi qu'en utilisant de nouvelles technologies de prévention.

En 2021, nous avons poursuivi l'intégration de la technologie intelligente pour soutenir davantage une culture de la sécurité en pilotant la surveillance de la sécurité par l'IA pour détecter certains comportements de sécurité dans nos activités, en développant les technologies de prévention des collisions entre chariots élévateurs et piétons et la détection de la fatigue des conducteurs de camions dans nos zones d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud. Nous exploitons également les données télémétriques pour gérer et corriger les comportements au sein de nos flottes. En outre,

nous œuvrons à la réduction du risque d'agression violente dans les zones sensibles en nous concentrant sur des efforts tels que le passage au cashless dans nos canaux de distribution de deuxième rang, la surveillance active de tous les véhicules dans les zones sensibles et la mise en œuvre d'une boîte à outils de prévention de la violence.

#### Exemples d'initiatives de sécurité dans la zone

##### Asie-Pacifique

En 2021, 12 de nos brasseries en Chine et une brasserie en Corée ont été reconnues par les autorités de sécurité des gouvernements locaux pour leur excellente gestion de la sécurité et leurs résultats. Pour améliorer la visibilité des indicateurs de processus de sécurité et responsabiliser les collègues de première ligne, notre équipe au sein d'APAC a lancé un système de transformation numérique de la sécurité (DST) qui standardise les processus de gestion de la sécurité, améliore les rapports pour le contrôle des processus et facilite les évaluations des risques de sécurité. Le système DST génère deux types

d'indicateurs : 1) un code de sécurité individuel pour le collaborateur qui fournit des paramètres tels que les connaissances en matière de sécurité, la surveillance de la sécurité et le signalement des dangers et 2) une liste des risques qui donne une indication du risque actuel pour l'individu en fonction de l'activité qu'il entreprend ainsi que les équipements et les procédures de sécurité qui devraient être utilisés dans ce cadre pour éviter les dangers potentiels. Le système récompense les collègues pour leur participation à la gestion de la sécurité par un système de points et de médailles. Le système comporte également un tableau de bord multidimensionnel qui permet à la brasserie et à l'équipe APAC au sens large de connaître l'état actuel de la sécurité sur le site. Cette année, le système DST a recueilli près de 150 000 points de données par jour en Chine, ce qui a permis aux brasseries de se concentrer sur les possibilités d'amélioration de la gestion de la sécurité.

##### Amérique du Nord

Nos collègues de la brasserie Labatt St. John's au Canada ont franchi une étape importante en octobre, en dépassant les dix années sans Lost Time Injury (ou LTI - accident du travail avec arrêt), c'est-à-dire un accident du travail entraînant une absence de plus d'une journée. La brasserie détient actuellement le record de la plus longue période sans LTI parmi toutes nos brasseries en Amérique du Nord. Notre Environmental Health and Safety Manager de la brasserie, David Johnson, attribue la longévité de ce record au Joint Occupational Health and Safety Committee très actif, à une charte de sécurité et à l'identification et l'atténuation des risques. La ville a également félicité cette réussite par le biais d'une lettre du maire, et la province par le biais d'une déclaration à la Chambre d'assemblée.

##### Amérique du Sud

En 2021, notre équipe Supply en Amérique du Sud a développé plusieurs initiatives pour soutenir la mise en œuvre des stratégies de sécurité au niveau mondial et zonal et pour continuer à développer une culture d'excellence en matière de sécurité. Elle a notamment mis en place une Contractor Safety Squad, une équipe spécialisée qui met en œuvre une méthodologie agile, axée sur l'amélioration de la manière dont la Zone gère la sécurité des prestataires de services. Son travail a permis de réduire d'environ 80% le nombre de blessures enregistrées des prestataires de services en comparant les rapports du 4T et IT. Une autre initiative clé est la Safety Summer Cup, une compétition entre les sites de la Zone qui se concentre sur les principaux indicateurs de processus de sécurité dans le but de promouvoir la maîtrise individuelle de la sécurité. La Zone a également entrepris une évaluation approfondie de sa communication en matière de sécurité, qui a débouché sur une nouvelle manière d'entrer en relation avec toutes les parties prenantes en exploitant des outils tels que les réseaux sociaux, les programmes de reconnaissance et les campagnes de sécurité ciblées.



# Entrepreneuriat

ODD : 1, 4, 5 | GRI : 413-1

Les petites et moyennes entreprises jouent un rôle essentiel dans le développement économique des communautés en générant des emplois, en fournissant des services vitaux et en contribuant à l'innovation. À cet égard, la bière est un formidable moteur de croissance économique, et nous cherchons à renforcer les petites entreprises de notre chaîne de valeur grâce à nos programmes impliquant les petits exploitants agricoles, les fournisseurs, les détaillants et les récupérateurs de matériaux recyclables.

Nous savons que pour pérenniser notre activité et développer des communautés inclusives et prospères, nous avons un rôle à jouer en soutenant leur développement et leur croissance en leur offrant une formation en compétences, un mentorat, des opportunités de mise à l'échelle et un accès aux ressources nécessaires comme les outils numériques, le financement et d'autres intrants essentiels.

## La transformation numérique des petites et moyennes entreprises accroît l'impact

De nombreuses petites et moyennes entreprises n'ont pas accès aux capacités numériques qui favorisent la productivité et l'efficacité. En tant qu'entreprise mondiale disposant de solides connexions locales, nous pouvons utiliser notre portée pour accélérer la transformation numérique des petites et moyennes entreprises de notre chaîne de valeur.

À l'échelle mondiale, nous collaborons avec plus de six millions de détaillants et nous comprenons les difficultés que rencontrent de nombreuses petites entreprises pour accéder aux services financiers, au développement des compétences commerciales et aux intrants nécessaires pour entretenir et moderniser les magasins. Notre plateforme B2B BEES fournit la puissance du numérique aux détaillants de petite et moyenne taille. À l'heure actuelle, plus de 2,5 millions de petits détaillants dans 16 pays utilisent BEES chaque mois, et l'impact de la plateforme va au-delà du développement commercial, en apportant un soutien aux communautés que BEES dessert.



Pour étendre la portée et l'impact de la plateforme BEES, nous avons également créé le programme BEES Together, qui vise à créer une croissance durable grâce à l'inclusion numérique, à responsabiliser nos clients et à promouvoir la culture numérique et financière. En République dominicaine, le programme Mi Negocio a permis à plus de 30 000 clients d'accéder à des tutoriels sur le leadership commercial via la plateforme BEES, sous forme de vidéos, de podcasts et d'articles rédigés par des experts du secteur. En Colombie, notre programme Emprendedoras, qui vise à renforcer l'autonomisation des femmes, a permis de soutenir plus de 25 000 femmes depuis 2017 et s'associe désormais à BEES pour continuer à former ces femmes sur la manière d'améliorer leurs entreprises. Au Brésil, notre programme commercial à impact social Diverssa encourage l'esprit d'entreprise chez les femmes par le biais de sessions d'apprentissage qui promeuvent un contenu éducatif numérique et un dialogue ouvert avec les détaillantes. À l'avenir, BEES Together collaborera avec de nombreux flux de valeurs par le biais de BEES pour intégrer l'impact social

dans les offres de base de la plateforme avec le lancement de trois piliers - BEE Bold, BEE Good, BEE Invested - qui s'appuient sur les initiatives existantes et notre relation avec les détaillants.

BEES Together travaille également avec les détaillants pour aider à soutenir les communautés locales qu'ils desservent. En décembre, BEES Together s'est associée avec une ONG brésilienne locale appelée Fome de Ação pour distribuer des paniers de nourriture dans la région du nord-est du Brésil. Au cours de la campagne, chaque détaillant au Brésil a eu la possibilité d'échanger ses points de récompense, obtenus en effectuant des achats et en relevant des défis dans l'application BEES, contre un produit qui a ensuite été donné à une famille éligible dans la région. Grâce à cette campagne, plus de 6 300 familles ont reçu des paniers de nourriture pour préparer le repas de Noël.

 **En savoir plus sur notre plateforme BEES >**

 **En savoir plus sur la manière dont nous soutenons les petites entreprises à l'aide de solutions numériques >**



## L'autonomisation des femmes entrepreneurs est bénéfique aux communautés et aux entreprises

Nous nous efforçons d'autonomiser les femmes entrepreneurs dans l'ensemble de notre chaîne de valeur. Les femmes jouent un rôle essentiel dans le développement économique local et pourtant, dans de nombreuses communautés à travers le monde, elles n'ont pas accès à la formation, aux outils et aux financements nécessaires pour développer leurs activités.

Au Mexique, nous fournissons un soutien et des ressources permanents aux propriétaires de commerces Modelorama - de petits magasins familiaux qui entretiennent des liens étroits avec leurs quartiers et leurs communautés. Les propriétaires de Modelorama bénéficient d'un soutien marketing, d'un accès prioritaire aux produits populaires, de prix préférentiels et de bières fraîches provenant de glaciers subzero. Nous aidons également les propriétaires à développer leur entreprise par le biais de formations et de coaching. Par exemple, l'équipe locale s'est associée à Z-Tech, notre centre de technologie et d'innovation, pour offrir des lignes de crédit, ainsi que des prêts aux femmes qui souhaitent ouvrir un nouveau commerce Modelorama.

Après avoir constaté le succès de ce modèle de franchise porté par des femmes au Mexique, nous avons adopté une approche similaire en Bolivie avec TiendasYa! - une chaîne de magasins soutenue par ZX Ventures et par nos solutions d'e-commerce direct-to-consumer. Grâce à une initiative conjointe avec TiendasYa!, notre marque de bière locale Paceña et la fondation Pro Mujer IFD, l'initiative crée un moyen pour les femmes de devenir financièrement indépendantes. Dans le cadre de cette initiative, la fondation Pro Mujer IFD, avec le soutien financier de notre marque locale Paceña, offre aux propriétaires de magasins des prêts, un accès au crédit et une aide personnalisée de la part de conseillers experts en microfinance.



Avec maintenant plus de 100 magasins dans cinq États, l'objectif est de faire en sorte que 60% des magasins TiendasYa! en Bolivie soient exploités par des femmes d'ici la fin de 2022.

Au Pérou, nous avons développé « Escuela Tienda Cerca », une plateforme de formation virtuelle destinée aux petits détaillants pour renforcer leurs compétences en matière de gestion, de leadership et de vente afin d'adapter leurs entreprises à la nouvelle normalité de la pandémie de COVID-19. Au sein de la plateforme ETC, les entrepreneurs peuvent accéder à des vidéos éducatives et à des formations en ligne en direct via Zoom et YouTube. Ces formations couvrent des sujets tels que la finance, la numérisation, la biosécurité, la stratégie de vente, la vente responsable et la gestion des déchets. En 2021, nous avons formé plus de 6 000 petits détaillants, dont plus de 4 300 femmes, cumulant plus de 12 000 heures de formation et touchant 12 villes.

 **En savoir plus sur notre collaboration avec les détaillantes >**

 **En savoir plus sur notre collaboration avec les productrices >**

## Notre 100+ Accelerator : Identifier et s'associer à des start-ups en vue de créer un avenir plus durable dès aujourd'hui

Créer un avenir avec plus de célébrations requiert de l'innovation et de la collaboration. Nous avons lancé le programme 100+ Accelerator en 2018 pour collaborer avec des entrepreneurs, des innovateurs, des ingénieurs et des scientifiques sur certains des défis les plus urgents au niveau mondial. Début 2021, nous avons accueilli The Coca-Cola Company, Colgate-Palmolive Company et Unilever en tant que sponsors officiels du programme pour contribuer à identifier les principaux défis communs en matière de développement durable et à mettre à l'échelle des technologies révolutionnaires. En septembre 2021, nous avons annoncé notre troisième cohorte de 35 start-ups qui mettront en œuvre des solutions dans plus de 20 pays. Dix-sept de ces start-ups sont fondées par des femmes, et dix sont des projets pilotes menés en collaboration avec nos partenaires commerciaux. Ensemble, le 100+ Accelerator et ses start-ups contribuent aux 17 ODD de l'ONU.

 En savoir plus sur notre troisième cohorte 100+ Accelerator >

« Le 100+ Accelerator a joué un rôle de transformation dans la validation de notre technologie et notre trajectoire commerciale. En libérant une opportunité de piloter notre solution avec une entreprise comme AB InBev, nous avons pu construire une solution plus compatible et durable pour les chaînes de valeur existantes. Nos alternatives au plastique, alimentées en énergie végétale, seront lancées pour la première fois avec AB InBev et ont depuis suscité l'intérêt de plus de 50 autres PGC, marques et fabricants à travers le monde. Grâce à 100+ Accelerator, nous avons progressé vers la mise en place d'une solution végétale pour tous les plastiques à usage unique, dans l'intérêt de notre planète. »

- Nuha Siddiqui – CEO, Erthos

## Le renforcement des capacités et des liens avec le marché contribue à soutenir la croissance

Les petites entreprises ont parfois du mal à accéder aux chaînes de valeur mondiales et à y intégrer leurs activités. En nous appuyant sur notre envergure, notre expertise interne et notre connexion locale, nous pouvons soutenir le développement des petites et moyennes entreprises pour en faire des partenaires à long terme.

### Renforcer les marchés pour les cultures locales

Notre stratégie d'accessibilité intelligente se concentre sur l'approvisionnement local pour produire nos bières avec des sources d'amidon alternatives. Dans les pays d'Afrique et d'Amérique latine, nous développons des marchés formels et de nouvelles sources de revenus pour des cultures telles que le manioc et le sorgho, des produits qui ont toujours été cultivés pour des raisons de subsistance.

Au Brésil, Ambev s'est associé à des organisations communautaires et aux gouvernements en 2018 pour créer des réseaux agricoles locaux dans quatre États confrontés à un fort taux de chômage. Le projet a injecté plus de 1,25 million d'USD dans l'économie locale et permet de créer des emplois et d'améliorer l'agriculture locale. Des milliers de travailleurs contribuent désormais à cultiver le manioc, une racine tubéreuse originaire de la région, pour quatre marques de bière, chacune étant brassée et vendue par Ambev dans son État respectif. La marque de bière Nossa est fabriquée à Pernambuco, Legítima à Ceará, Magnífica à Maranhão et Esmera à Goiás.

Notre équipe en Colombie a lancé la marque Nativa en 2021, la première bière de Bavaria fabriquée à partir de manioc cultivé le long de la côte nationale des Caraïbes par des producteurs des départements de Córdoba et de Sucre. Sa production relie les petits et moyens producteurs de manioc à la chaîne de valeur locale de la région.



Au cours de sa première année, le projet a touché plus de 200 producteurs et devrait s'étendre à l'ensemble des départements de Córdoba et de Sucre au cours des deux prochaines années.

En Équateur, notre équipe de Cervecería Nacional a poursuivi l'amélioration de la production de cultures locales grâce à Siembra por contrato, un programme lancé en 2020 par la marque Nuestra Siembra et appuyée par le gouvernement national. Le programme offre aux producteurs d'orge, de riz et de maïs un accès à des formations, des technologies et au crédit pour les intrants afin de produire des cultures de qualité pour la production de bière locale. En 2021, notre équipe a livré de nouvelles machines aux producteurs d'orge pour les aider à améliorer leur productivité et leur rentabilité. Jusqu'à présent, le programme a touché 11 provinces.

Pour de plus amples informations sur notre collaboration avec les petits propriétaires agricoles, veuillez consulter la section Agriculture durable aux pages 31-34 de ce rapport.

### Soutenir la croissance des fournisseurs locaux

Nous avons conçu des programmes de développement des fournisseurs pour soutenir les grandes, moyennes et petites entreprises de notre chaîne d'approvisionnement. Ces programmes

ont été adaptés au contexte et aux besoins locaux, en s'appuyant sur les outils que nous utilisons dans nos propres activités pour soutenir les améliorations de la productivité et de l'efficacité à grande échelle.

Au Mexique, notre équipe a créé une plateforme de développement des fournisseurs axée sur la formation aux compétences et le partage des connaissances, le soutien à la croissance et au développement et le renforcement des relations avec les fournisseurs. Les modules sont dispensés par une académie virtuelle en ligne qui couvre la gestion financière, le marketing, la gestion des ressources humaines et le leadership opérationnel. En 2021, 315 fournisseurs ont réussi le programme. L'équipe a également organisé une série de webinaires approfondis, dans le cadre de son initiative Seminar PyME-nar, à l'intention de 1 150 personnes, offrant des perspectives et un soutien plus approfondis aux fournisseurs.

En plus de fournir un soutien aux fournisseurs, l'équipe cherche également à inciter l'engagement des fournisseurs potentiels dans les communautés où nous opérons. En 2021, deux événements destinés aux fournisseurs ont été organisés dans nos brasseries de Zacatecas et d'Hidalgo afin de présenter notre entreprise à de nouveaux fournisseurs et de donner à nos équipes Procurement l'occasion d'en savoir plus sur les produits et services proposés localement. À Hidalgo, l'événement a été organisé avec le soutien du gouvernement local.



# Diversité et inclusion

ODD : 5, 10 | GRI : 102-8, 404-2, 405-1, 405-2

**Notre entreprise doit être un lieu de travail inclusif et diversifié où chacun se sent à sa place, quelles que soient ses caractéristiques personnelles ou son identité sociale. Nos collaborateurs constituent notre plus grande force, et nous soutenons la possibilité pour chaque individu d'exceller. Nous efforçons de favoriser constamment un lieu de travail inclusif afin que chacun puisse réussir au sein de notre entreprise.**

Il est essentiel que nous respections notre engagement ferme et résolu à l'égard de la méritocratie et d'une culture équitable, diversifiée et inclusive. Notre stratégie en matière de diversité et d'inclusion se concentre sur la création d'un avenir avec plus de célébrations à travers nos collaborateurs, nos lieux de travail, nos marchés, notre chaîne de valeur et nos communautés, car une société diversifiée est cruciale pour nous rapprocher des consommateurs et stimuler la performance commerciale et l'innovation.

**Nous sommes fiers d'annoncer que nous avons constaté une hausse de 1 point de pourcentage (87%) par rapport à 2020 de l'indice D&I dans notre enquête annuelle sur l'engagement des collaborateurs.**

**Dans l'ensemble, nous avons constaté une augmentation de 4 points de pourcentage (88%) de notre indice d'engagement des collaborateurs par rapport à 2020, avec un taux de participation de 94% à l'échelle mondiale.**



## Sélection d'indicateurs démographiques

	2021	2020	2019	2018	2017
Nombre de nationalités représentées dans notre effectif global	125	121	123	122	122
Nombre de nationalités représentées dans nos sièges administratifs mondiaux	64	54	55	54	48
Pourcentage de femmes dans notre effectif global	21%	19%	19%	18%	18%
Pourcentage de femmes dans notre effectif salarié	34%	32%	31%	30%	30%
Pourcentage de femmes dans nos cinq principaux niveaux de leadership	26%	24%	22%	20%	19%
Pourcentage de femmes dans nos trois principaux niveaux de leadership	14%	14%	12%	11%	10%
Pourcentage de changement de l'indice de diversité et d'inclusion dans l'enquête annuelle sur l'engagement des collaborateurs	1pp	2pp	0pp	1pp	NA

### Programme Global Management Trainee (GMT)

% de femmes dans le GMT	2021	2020	2019	2018
Total	58%	52%	45 %	47%
Actives	58%	51%	46 %	49%

Nombre de nationalités dans le GMT	2021	2020	2019	2018
Total	34	29	35	34
Actives	34	27	30	30

 [En savoir plus sur notre programme GMT >](#)

## Nous nous efforçons d'être un lieu de travail inclusif avec une égalité des chances pour tous

Chacun doit se sentir à l'aise, en confiance et respecté au sein de notre entreprise afin de pouvoir travailler chaque jour en étant soi-même. À cette fin, en 2021, nos zones d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud ont mis à jour leurs avantages pour soutenir les collègues transgenres dans leur processus de changement de nom.

### Programme Global MBA (GMBA)

% de femmes dans le GMBA	2021	2020	2019	2018
Total	54%	52%	38%	52%
Actives	54%	48%	36%	67%

Nombre de nationalités dans le GMBA	2021	2020	2019	2018
Total	10	11	10	11
Actives	10	11	9	5

 [En savoir plus sur notre programme GMBA >](#)

Nous défendons les initiatives de diversité et d'inclusion aux plus hauts niveaux de notre organisation. En tant qu'entreprise de propriétaires, nous sommes tous responsable de la diversité et de l'inclusion, qui doivent être intégrées dans notre façon de penser, de nous comporter et de travailler et ce, jusqu'au sommet de la hiérarchie. Notre collaboration avec nos équipes de direction en est un exemple. Après avoir lancé notre Global Diversity and Inclusion Council en 2020, nous avons accueilli trois nouveaux membres en 2021,

et nous poursuivons notre collaboration avec la direction sur les initiatives et décisions relatives à la diversité et l'inclusion ayant un impact important. Pour développer un lieu de travail plus inclusif, en 2021, nous avons formé plus de 9 800 collègues à casser les préjugés pour l'évaluation de performance en ligne et formé 2 475 leaders à la sécurité psychologique.

Nous avons mis en place des tableaux de bord de diversité et d'inclusion individuels pour tous les membres de l'équipe de haute direction et les collègues occupant des postes à responsabilité pour suivre les progrès et assurer la transparence au sein de leurs équipes, ainsi qu'un tableau de bord de diversité et d'inclusion pour nos équipes People pour suivre les performances globales. En outre, notre zone d'Amérique centrale a ajouté 250 membres d'équipe à MAZ Champions, un programme pour les alliés de la diversité et de l'inclusion qui contribue activement au renforcement et à l'adoption de la vision d'une entreprise inclusive, en partageant les meilleures pratiques et en contribuant à transmettre les stratégies de diversité et d'inclusion à nos équipes de la zone. Parmi leurs réalisations, citons le programme Women at the Wheel, qui offre aux femmes une formation spécialisée dans les domaines techniques et de leadership afin d'améliorer la représentation des genres aux niveaux opérationnels de la logistique.

Notre équipe en Europe compte également une communauté de 200 collègues qui se sont engagés en tant qu'ambassadeurs de la diversité et de l'inclusion pour faire de notre entreprise un lieu de travail meilleur et plus inclusif. Les réalisations comprennent également l'élaboration d'un partenariat avec l'œuvre de charité Stonewall qui défend les droits LGBTQ+ au Royaume-Uni, ainsi que des activations et des campagnes qui ont conduit à une augmentation de 4 points de pourcentage dans notre indice de diversité et d'inclusion au sein de la business unit.

En 2021, nous avons lancé la deuxième cohorte du programme Women's Leadership, en investissant dans 50 leaders féminines pour qu'elles rejoignent



un programme immersif et personnalisé. Ce programme vise à améliorer les capacités de leadership, à accroître la préparation à des rôles de direction cruciaux et à doter les participantes des capacités nécessaires pour stimuler la croissance future. Il comprend également un coaching exécutif individualisé et des expériences numériques pour aider à stimuler le développement et favoriser la connexion et la collaboration entre pairs féminins.

Nous avons également lancé notre premier programme Global Inclusive Leadership pour 80 collègues au niveau des vice-présidents. Ce programme est conçu pour sensibiliser à l'importance stratégique de la diversité et de l'inclusion au sein de notre entreprise et pour évaluer et développer les capacités de leadership inclusif des dirigeants. Il comprend six étapes de renforcement, de l'alignement à l'activation, en passant par l'évaluation, le développement, le



calibrage et le renforcement, afin de contribuer à créer un impact réel sur les résultats de carrière de nos dirigeants.

Les programmes de Women's Leadership et d'Inclusive Leadership sont tous deux des éléments clés d'un programme mondial plus large en matière de diversité et d'inclusion, conçu en 2021 dans le but de faire progresser la diversité et l'inclusion par le développement d'une plateforme cohérente et de renforcer les capacités des dirigeants à favoriser et à maintenir le changement de comportement.

Nous poursuivons le renforcement de l'autonomisation des femmes en œuvrant à la diversification de notre prochaine génération de leaders mondiaux grâce aux données démographiques de nos programmes Global Management Trainee (GMT) et Global MBA (GMBA). En 2021, notre classe GMT était composée de 58% de femmes, 42% d'hommes et 32 nationalités. En 2021, notre classe GMBA était composée de 54% de femmes, 46% d'hommes et 10 nationalités.

Nous croyons en un salaire égal pour un travail égal. Nous continuons à travailler avec un tiers indépendant pour effectuer chaque année un examen complet de l'équité salariale aux États-Unis. En étudiant à la fois le genre (comparaison hommes/femmes) et l'ethnie (comparaison minorités/non-minorités), avec un ajustement pour tenir compte de variables telles que l'ancienneté et le lieu, nous n'avons pas trouvé de différences statistiquement significatives dans la rémunération. Nous sommes fiers de ces résultats et continuons à étendre cette évaluation au niveau mondial.

Pour célébrer et soutenir nos collègues féminines, nous avons organisé une série d'événements en 2021, notamment une célébration mondiale de la Journée internationale de la femme en mars et un événement Women Who Brew dans notre zone APAC, auquel plus de 400 personnes ont participé.

Nous sommes convaincus qu'il faut soutenir nos collègues lors des événements importants de la vie. C'est un aspect positif à long terme pour notre entreprise et pour nos collaborateurs et leurs

**Au-delà de nos propres équipes, découvrez comment nous autonomisons les femmes tout au long de notre chaîne de valeur**



**Sur le terrain >**



**En tant que dirigeantes >**



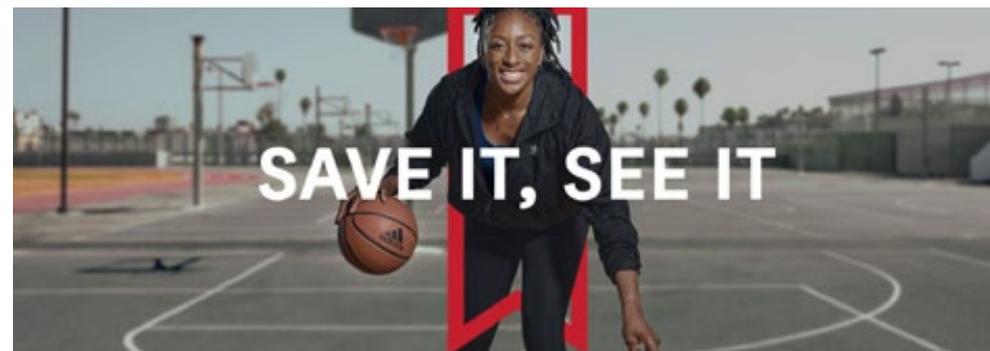
**Dans nos magasins de quartier préférés >**

familles dans le monde entier. En plus de notre Global Parental Policy qui a été lancée en 2018, nos zones Europe et Afrique ont mis à jour leurs politiques de congé parental et de retour au travail en 2021 afin d'autonomiser les nouveaux parents. À l'échelle mondiale, nous avons mené une enquête sur les parents qui travaillent afin de recueillir des informations plus approfondies sur les besoins de ce groupe. Nous offrons un soutien à nos collègues nouveaux parents grâce à des programmes tels que BetterUp, une plateforme mobile qui offre un accompagnement personnalisé individuel et un accès à des spécialistes pour fournir un soutien sur des sujets tels que l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et la gestion du stress.

## Nous utilisons le pouvoir de nos marques pour inspirer le changement.

Aux États-Unis, Michelob ULTRA attire l'attention sur l'inégalité en matière de sport féminin. Notre marque s'est engagée à investir 100 millions d'USD au cours des cinq prochaines années, à allouer 50% des médias lifestyle de la marque aux sports féminins et à étoffer sa liste d'athlètes et influenceurs féminines pour accroître la visibilité des sports féminins.

En Argentine, notre marque de bière Quilmes a contribué à mettre en lumière le pouvoir du football féminin en remettant en question la planification d'un match féminin clé, qui était prévu un mardi après-midi. Quilmes a acheté deux heures de diffusion sur TNT sports pour retransmettre le match en prime time, ce qui a permis d'obtenir la meilleure audience de l'histoire du football féminin.





# Gouvernance et engagement des parties prenantes

**51** Surveillance ESG >

**56** Évaluation de la pertinence et engagement des parties prenantes



# Surveillance ESG

GRI : 102-18, 102-19, 102-20, 102-24, 102-26, 102-29, 102-35, 103-3

## Notre cadre de gouvernance ESG

<b>Conseil d'administration</b> En tant qu'organe décisionnel ultime de l'entreprise, le Conseil d'administration supervise l'ensemble des responsabilités ESG, y compris l'approbation des stratégies ESG et l'examen des performances ESG	
<b>Comité de nomination</b> Traite les questions de gouvernance d'entreprise, y compris en matière de diversité et d'inclusion, dans le cadre de son rôle de nomination et de rétention des directeurs et des cadres.	<b>Comité d'audit</b> Traite les questions sociales et environnementales, y compris les droits de l'homme et la consommation réfléchie, dans le cadre de sa fonction d'audit général
<b>Comité de finance</b> Traite les questions de sécurité, de qualité et de durabilité dans le cadre de son évaluation des obligations de financement, du risque financier, de la sécurité de l'approvisionnement et des stratégies d'approvisionnement	<b>Comité de rémunération</b> Traite les politiques et les packages de rémunération, y compris l'établissement des objectifs, dans le cadre de son rôle en matière de rémunération et de rétention des directeurs et des cadres
<b>Chief Executive Officer, assisté du Comité exécutif</b> Responsable de l'exécution et de la gestion de toutes les questions ESG	
<b>Équipe de haute direction</b>	
<b>Global Function Leads (« Chiefs »)</b> Responsable de la gestion des objectifs mondiaux pour les questions ESG relatives à leur fonction commerciale	<b>Zone Presidents</b> Responsable de la gestion des objectifs de la zone pour toutes les questions ESG
<b>Champions ESG et Target Owners</b> Intégrés dans l'entreprise et responsables de la coordination, de la mise en œuvre et du rapport sur les questions et initiatives ESG relatives à la fonction et/ou à la zone de l'entreprise.	

## Rémunération liée aux objectifs ESG

Les objectifs ESG associés à la rémunération variable annuelle liée aux performances (bonus) sont transmis du plus haut niveau de notre entreprise à toutes les business units et operating units. En 2021, plus de 3 000 collègues de différentes zones et fonctions ont réalisé des objectifs de performance annuels liés à la mise en œuvre de notre stratégie ESG, y compris nos Chief Sustainability Officer, Chief Legal & Corporate Affairs Officer, Chief Supply Officer, Chief Financial Officer et Chief People Officer.

## Comités ESG internes

Pour gérer les thèmes ESG qui touchent plusieurs fonctions commerciales, nous avons mis en place des comités internes afin d'assurer la visibilité et la responsabilité et de promouvoir la collaboration et le partage des meilleures pratiques entre les fonctions commerciales et entre les équipes de zone. Ces comités comprennent le Conseil de diversité et d'inclusion, le Conseil du développement durable, le Human Rights Steering Committee et le Global Smart Drinking Community of Practice.

## Conseillers externes

### Développement durable

Nous consultons régulièrement un groupe externe et indépendant d'experts en matière de conseils environnementaux qui se concentrent sur la durabilité de l'eau et de l'agriculture. Ces conseillers apportent une perspective différente et donnent des conseils sur le processus décisionnel, l'établissement d'objectifs, les stratégies de nos programmes et la mise en œuvre de nos programmes de gestion de l'eau et d'agriculture intelligente. Les membres actuels sont :

- **Stuart Orr**  
Practice Lead, Freshwater – WWF
- **Andrea Erickson-Quiroz**  
Deputy Director for Food & Water and Global Lead for Water Security – The Nature Conservancy
- **Elizabeth Reaves**  
Senior Program Director, Agriculture & Environment – Sustainable Food Lab
- **Will Sarni**  
Founder et CEO – Water Foundry et the Colorado River Basin Fund

## Systèmes de gestion internes

### Systèmes de gestion des activités : Voyager Plant Optimization et Distribution Process Optimization

AB InBev a développé et mis en œuvre des systèmes de gestion complets pour ses opérations dans le monde entier, y compris les sites de production de matériel agricole et d'emballage, les sites de production de boissons et les centres de distribution : Voyager Plant Optimization (VPO, applicable aux opérations agricoles, d'emballage et de boissons) et Distribution Process Optimization (DPO, applicable aux centres de distribution en propriété exclusive de deuxième rang). Ces deux systèmes comprennent des politiques, des normes, des

bonnes pratiques d'exploitation et des méthodes de travail qui couvrent tous les aspects des activités de notre chaîne d'approvisionnement, y compris la sécurité, la qualité des produits, l'environnement et les exigences en matière de ressources humaines, entre autres. Les systèmes VPO et DPO ont été élaborés à partir d'un benchmark des philosophies de gestion et des méthodes de travail dans de nombreux secteurs. Ils ont évolué et ont été améliorés en permanence depuis leur création afin de stimuler les performances, de s'adapter aux besoins changeants de l'entreprise et d'apporter une visibilité et une responsabilité dans l'ensemble de nos activités mondiales.

Toutes les exigences du VPO et du DPO respectent ou dépassent les exigences légales et réglementaires en vigueur dans les pays où nous opérons et respectent ou dépassent les normes des programmes de certification reconnus au niveau international, tels que l'Organisation internationale de normalisation (ISO), le British Retail Consortium (BRC) et l'Indice mondial de sécurité alimentaire (GFSI). Dans le cadre des systèmes VPO et DPO, tous les sites de la chaîne d'approvisionnement d'AB InBev ont des objectifs annuels liés à la façon dont ils appliquent les systèmes de gestion VPO et DPO pour atteindre leurs objectifs de performance dans tous les aspects des activités. Les sites sont audités par des équipes internes au moins une fois par an afin de s'assurer de leur adhésion et un benchmark continu est effectué entre les sites pour améliorer les systèmes.

Les systèmes de gestion VPO et DPO assurent une gestion cohérente des sujets clés dans l'ensemble de nos activités mondiales. Vous trouverez ci-dessous un aperçu des piliers de ces systèmes pour gérer la sécurité, la qualité des produits, l'environnement et les collaborateurs.

### Sécurité

La santé et la sécurité de nos collègues sont une priorité majeure. AB InBev s'efforce de créer une culture de sécurité positive où chaque employé



est responsable de sa propre sécurité, tandis que l'entreprise se charge de fournir un environnement de travail sûr. Nous avons développé et exécutons nos programmes de sécurité dans le cadre de nos systèmes de gestion VPO et DPO. Ces programmes s'appliquent à tous les sites de notre chaîne d'approvisionnement à travers le monde, y compris les sites de production de matériel agricole et d'emballage, les sites de production de boissons et les centres de distribution en propriété exclusive.

Les systèmes de sécurité VPO et DPO ont été élaborés grâce à des benchmarks internes et effectués dans plusieurs secteurs, tout en s'appuyant sur des normes de sécurité reconnues

au niveau international, comme la norme ISO 45001. Nos systèmes de gestion de la sécurité VPO et DPO respectent ou dépassent les exigences réglementaires locales, régionales et nationales et, dans la plupart des cas, respectent ou dépassent les exigences des normes ISO. Tous les visiteurs et prestataires de services doivent respecter les mêmes exigences de sécurité que nos collègues, et nous gérons la conformité à nos systèmes de gestion de la sécurité VPO et DPO par le biais d'un processus d'audit complet. Ces systèmes sont améliorés en permanence, car nous nous efforçons de réaliser notre rêve de zéro accidents au niveau mondial.

## Qualité des produits

Notre passion pour la bière se traduit par un engagement sans compromis en faveur de la qualité et d'une culture de la qualité qui s'étend du site de production au conseil d'administration. Nous avons développé et exécutons notre système de gestion de la qualité dans le cadre de nos systèmes de gestion VPO et DPO. Ces programmes s'appliquent à tous les sites de notre chaîne d'approvisionnement à travers le monde, y compris les sites de production de matériel agricole et d'emballage, les sites de production de boissons et les centres de distribution en propriété exclusive.

Les systèmes de qualité VPO et DPO ont été élaborés à partir de plus de 150 ans d'expérience en matière de qualité et de meilleures pratiques, tout en s'appuyant sur des normes internationales de qualité et de sécurité alimentaire comme la norme ISO 9001 et GFSI. Nous avons adopté des normes strictes de sécurité alimentaire dans la VPO et la DPO, de sorte que nos brasseries et nos sites sont certifiés ou prêts à l'être, selon l'évaluation d'auditeurs externes. Nous étendons également ces normes à nos fournisseurs.

Nous suivons et contrôlons la qualité des produits au moyen d'indicateurs clés de performance (KPI), comme le feed-back des consommateurs, afin que ces derniers puissent déguster des bières fraîches

et savoureuses. La conformité aux exigences de qualité VPO et DPO est validée par un programme d'audit complet et par l'amélioration continue des KPI de la qualité. Si les consommateurs ont des questions, des compliments, des commentaires ou des problèmes, ils peuvent appeler le numéro gratuit de notre service clientèle imprimé sur nos emballages et parler à un représentant de la société.

## Environnement

Pour brasser d'excellentes bières, il faut un environnement naturel résilient et des communautés prospères. Nous sommes fiers de notre engagement inébranlable envers la gestion de l'environnement. Conformément à cet engagement, nous avons développé et mis en œuvre un système de gestion environnementale complet dans le cadre de nos systèmes de gestion VPO et DPO. Ces programmes sont utilisés dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement à travers le monde, y compris les sites de production de matériel agricole et d'emballage, les sites de production de boissons et les centres de distribution en propriété exclusive.

Les systèmes de gestion environnementale VPO et DPO ont été élaborés grâce à des benchmark internes et sectoriels et en s'appuyant sur des normes reconnues au niveau international, comme la norme ISO 45001. Nos systèmes de gestion environnementale VPO et DPO respectent ou dépassent les exigences réglementaires locales, régionales et nationales et, dans la plupart des cas, respectent ou dépassent les exigences des normes ISO. Ces systèmes ont été des éléments essentiels de nos réductions significatives à ce jour en matière de consommation d'eau et d'énergie et d'émissions de gaz à effet de serre, et ont guidé nos efforts continus pour préserver et protéger l'environnement dans et autour des

communautés où nous vivons et travaillons. Tous les visiteurs et prestataires de services de nos sites doivent respecter les mêmes exigences environnementales que nos collègues, et nous gérons la conformité à nos systèmes de gestion environnementale VPO et DPO par le biais d'un processus d'audit complet. Ces systèmes sont continuellement mis à jour et améliorés dans le cadre de nos efforts pour améliorer nos performances et atteindre nos objectifs de développement durable 2025.

## Collaborateurs

« Nos collaborateurs sont notre plus grande force. » Il s'agit de l'un des 10 principes directeurs qui guident notre fonctionnement en tant qu'entreprise. Pour soutenir ce principe, nous avons développé et mis en œuvre un « Pilier Collaborateurs » complet dans le cadre de nos systèmes de gestion VPO et DPO, applicable à toutes les fonctions de notre entreprise et qui guide nos méthodes de travail.

Le Pilier Collaborateurs englobe tous les aspects de la gestion des ressources humaines, y compris la conception de l'organisation, le recrutement et la sélection, la rémunération, la formation et le développement, l'environnement de travail, l'engagement, la rétention des talents et le développement de carrière. Ce pilier a été développé grâce à des benchmarks approfondis dans divers secteurs et dans les entreprises du classement Fortune 500, ainsi qu'à des partenariats avec des consultants reconnus pour leur expertise en matière de capital humain.

La conformité avec le Pilier Collaborateurs est validée par un processus d'audit complet. Nous œuvrons à l'amélioration continue de ce système, car nous nous efforçons d'être une entreprise de propriétaires qui recrutent, développent et retiennent des collaborateurs capables de faire mieux que nous.



## Récompenses et reconnaissance

Nous sommes fiers de la reconnaissance de nos efforts en matière d'ESG par les principales agences de notation et de classement et par les organismes décernant des récompenses.



### Performance de livraison aux clients (CDP) :

Nous figurons au classement Water A 2021 du CDP, nous avons obtenu un A- pour notre réponse au rapport du CDP sur les changements climatiques et nous avons été reconnu en tant que Supplier Engagement Leader du CDP en 2021, classé parmi les 8% les plus performants en matière d'engagement des fournisseurs sur le changement climatique



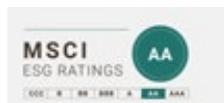
### Forbes :

Identifiée comme une entreprise à l'avant-garde en matière de soutien des femmes faisant partie de ses effectifs et en dehors, dans le classement inaugural des World's Top Female Friendly Companies de Forbes en 2021



### Pacte mondial des Nations Unies :

Reconnue comme un membre LEAD du Pacte mondial 2021 pour avoir démontré un engagement continu envers les principes du Pacte mondial des Nations Unies pour une entreprise responsable et les ODD



### MSCI :

Classée AA par MSCI ESG Research en 2021 pour notre performance sur les questions ESG



FTSE4Good

### FTSE4Good :

Cotée dans la série d'indices FTSE4Good, conçue pour mesurer la performance des entreprises affichant de solides pratiques ESG



### Brave Blue World Lighthouse Awards :

Récompensée par un Lighthouse Award de la Brave Blue World Foundation pour notre initiative de gestion de l'eau, axée sur la restauration de canaux ancestraux au Pérou



### Cannes Lions :

Michelob ULTRA Pure Gold a remporté un prestigieux Lion de titane aux Cannes Lions 2021 pour sa campagne Contract for Change, tandis que quatre campagnes de consommation réfléchie ont été récompensées, notamment Live Responsible d'Aguila et Responsible Billboards du Brésil

### Reuters Events Responsible Business Awards :

Lauréats dans deux catégories lors des Reuters Events Responsible Business Awards 2021 : Circular Transition Award pour le travail de pionnier d'EverGrain et Social Impact Award pour notre partenariat avec BanQu

## Autres initiatives de gouvernance d'entreprise

Le Conseil d'administration et notre équipe de direction s'engagent à promouvoir et à maintenir les normes les plus élevées en matière de comportement éthique et de transparence. Cet engagement guide tout ce que nous faisons en tant qu'organisation et sert de base à la création d'un avenir avec plus de célébrations. Pour de plus amples informations sur les codes internes et les normes et politiques mondiales que nous avons mis en place pour répondre à un éventail de questions éthiques, veuillez consulter la section Éthique et transparence à la page 38 de ce rapport.

### Prouver l'engagement sur le plan de la communication avec ses actionnaires

AB InBev s'est engagée à créer de la valeur pour ses actionnaires. En effet, la société les encourage à s'impliquer activement au sein de la société. Afin d'appuyer cet objectif, elle fournit des informations de qualité, en temps utile, grâce à une série d'outils de communication. Ces derniers incluent les rapports annuels, semestriels et trimestriels, les annonces des résultats financiers, les séances d'information ainsi qu'une section du site web d'AB InBev dédiée aux investisseurs ([www.ab-inbev.com/investors.html](http://www.ab-inbev.com/investors.html)).

AB InBev reconnaît qu'un engagement à la transparence crée un climat de confiance avec les actionnaires et le public en général. La société a adopté un Disclosure Manual afin de prouver son engagement à respecter les meilleures pratiques en matière de transparence. Ce manuel entend garantir le caractère exhaustif, cohérent et régulier des communications relatives aux activités de la société.



## Soutenir les droits des actionnaires

Avant l'assemblée annuelle des actionnaires, ces derniers sont invités à soumettre les questions qu'ils souhaitent adresser au Président ou au CEO (Directeur Général) afin qu'elles soient abordées au cours de la réunion.

L'ordre du jour de l'assemblée des actionnaires ainsi que tous les documents qui s'y rapportent sont également publiés sur le site web d'AB InBev au plus tard 30 jours avant chaque réunion des actionnaires. Les actionnaires sont habilités à voter diverses résolutions relatives aux affaires de la société. S'ils sont dans l'impossibilité d'assister à une assemblée, les actionnaires peuvent soumettre leur vote par courrier ou désigner un mandataire. Le procès-verbal des réunions ainsi que les résultats des votes sont publiés sur le site web d'AB InBev peu de temps après la réunion ([www.ab-inbev.com/investors/corporate-governance/shareholder-meetings.html](http://www.ab-inbev.com/investors/corporate-governance/shareholder-meetings.html)).

À la lumière des mesures et recommandations des autorités publiques relatives à la pandémie de COVID-19 et des restrictions sur les rassemblements publics en vigueur en Belgique à l'époque, l'assemblée générale annuelle des

actionnaires, qui s'est tenue le 28 avril 2021, s'est exceptionnellement déroulée sans la présence physique des actionnaires. Les actionnaires ont eu la possibilité de soumettre leurs questions par écrit et de participer par courrier avant la réunion ou en donnant une procuration à une personne désignée par l'entreprise. La réunion a été enregistrée et un audiocast est accessible sur le site web de l'entreprise.

L'avis de convocation pour la prochaine assemblée générale annuelle des actionnaires qui se tiendra le 27 avril 2022 sera publié le 25 mars 2022 et contiendra des informations supplémentaires sur le format de l'assemblée et les modalités de participation. Compte tenu de la pandémie de COVID-19 qui fait toujours rage, l'entreprise met l'accent sur les préoccupations en matière de santé et de sécurité ainsi que sur les mesures et recommandations formulées par les autorités publiques en Europe et en Belgique.

## Respect de notre Code de commerce

Le Code de commerce de l'entreprise s'applique à tous les membres du Conseil d'administration de l'entreprise ainsi qu'à l'ensemble de nos collègues. Le Code de commerce vise à prévenir l'utilisation abusive d'informations privilégiées, plus particulièrement au cours des périodes précédant des événements ou des décisions pouvant avoir un impact sur les cours de bourse, ou l'annonce de résultats financiers.

Le Code de commerce interdit toute négociation des titres de l'entreprise pendant une période close, soit une période de 30 jours précédant toute annonce de résultats de la société. En outre, pour pouvoir négocier des titres de l'entreprise, les membres du Conseil d'administration et les membres de la direction générale sont tenus d'obtenir une autorisation auprès du Clearance committee.

Le Compliance Program de l'entreprise renforce et contrôle le respect de ce Code de commerce.

Conformément au règlement UE 596/2014 sur les abus de marché, l'entreprise établit des

listes d'initiés lorsque cela est nécessaire. En outre, en vertu de ce même règlement, (i) les membres du Comité exécutif (ExCom) et (ii) les membres du Conseil d'administration notifient leurs transactions (au-dessus d'un seuil annuel de 5 000 euros) à l'entreprise et à l'Autorité belge des services et marchés financiers (FSMA), qui publie ces notifications sur son site web.

## Diversité et inclusion dans le leadership

Nous croyons fermement que la diversité d'une équipe améliore la qualité de la prise de décision, et au bout du compte, la performance générale. La diversité et l'inclusion sont une priorité mondiale pour notre équipe de direction, car elles sont des éléments majeurs de la réussite de l'entreprise et de ses collaborateurs. Pour de plus amples informations sur la manière dont nous défendons la diversité et l'inclusion dans l'ensemble de l'entreprise et de notre chaîne de valeur, veuillez consulter les pages 47-49 de ce rapport.

Nous sommes fiers de compter 30 nationalités représentées au sein de l'équipe de haute

direction (SLT) et de l'équipe de direction inférieure. Deux des 18 membres de la SLT sont des femmes (contre une sur 18 l'année dernière). La représentation des femmes au niveau du management supérieur un niveau sous la SLT est restée constante par rapport à l'année dernière. Nous continuons de promouvoir tous les aspects liés à la diversité de notre équipe de haute direction, en s'attachant prioritairement à bâtir une réserve de talents diversifiée quant aux aptitudes, à l'éducation, à l'expérience et au bagage de chacun.

La procédure de nomination et de sélection des candidats pour le Conseil d'administration est décrite dans la Charte de gouvernance d'entreprise d'Anheuser-Busch InBev. Nous visons à avoir un Conseil équilibré et diversifié compte tenu principalement des aptitudes, de la formation, et l'expérience et des antécédents de chacun. Actuellement, parmi les 15 membres de notre conseil d'administration, cinq sont des femmes (même ratio que l'année dernière).

**Anheuser-Busch InBev est une société de droit belge avec une cotation primaire sur Euronext Bruxelles (Euronext : ABI) et une cotation secondaire à la Bourse de Mexico (MEXBOL : ANB) et à la Bourse de Johannesburg (JSE : ANH) (ISIN: BE0974293251) et des actions d'American Depositary (« ADSs ») cotées à la Bourse de New York. Société de droit belge avec une cotation primaire sur Euronext Bruxelles, Anheuser-Busch InBev se conforme aux principes et dispositions du Code belge de gouvernance d'entreprise 2020 ([www.corporategovernancecommittee.be](http://www.corporategovernancecommittee.be)) (« le Code de gouvernance et d'entreprise »), en tenant compte de son statut spécifique de groupe multinational avec des cotations secondaires au Mexique et à Johannesburg et avec des actions ADSs cotées à New York.**

**Les pratiques de gouvernance d'entreprise d'Anheuser-Busch InBev sont décrites dans notre Charte de gouvernance d'entreprise. Cette charte fait l'objet d'une mise à jour régulière.**

**Pour de plus amples informations sur notre gouvernance d'entreprise, y compris la composition, les responsabilités et les pratiques du Conseil d'administration et de ses Comités, les droits des actionnaires et notre politique et nos pratiques en matière de rémunération, veuillez consulter la Déclaration de gouvernance d'entreprise dans le rapport annuel 2021 et le tableau GRI à la page 73 du présent rapport.**



**Notre Charte de gouvernance d'entreprise >**

# Évaluation de la pertinence et engagement des parties prenantes

GRI : 102-13, 102-29, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-47

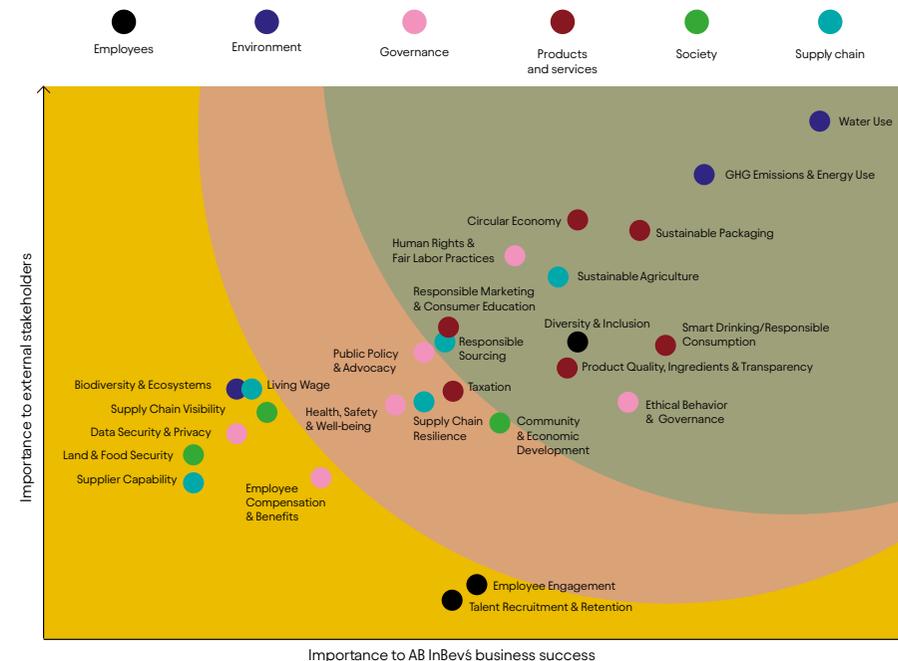
En 2017, nous avons formellement engagé les parties prenantes par le biais de notre processus d'évaluation de la pertinence dont les résultats ont alimenté nos objectifs de développement durable 2025. Depuis l'évaluation de 2017, notre activité et le monde ont énormément évolué. Par conséquent, au début de 2020, nous avons procédé à une nouvelle évaluation de la pertinence pour refléter les aspects les plus importants pour nos parties prenantes afin de continuer à nous concentrer sur les questions économiques, sociales et environnementales essentielles en tant que partenaire commercial et communautaire.

## Évaluation de la pertinence

En 2020, le processus d'évaluation de la pertinence a permis d'identifier les principales questions économiques, sociales et environnementales sur une matrice basée sur le degré d'intérêt des parties prenantes et l'impact commercial potentiel. Les parties prenantes externes comprennent la société civile/les organisations non gouvernementales (ONG), les clients (détaillants) et les consommateurs, les autorités de contrôle, les partenaires commerciaux, les fournisseurs et les investisseurs.

La matrice ci-contre illustre le point de vue des parties prenantes internes et externes interrogées, ainsi que les classements contribuant à l'évolution de notre stratégie de durabilité et de responsabilité. Il faut souligner que nous ne considérons pas ces questions de manière isolée, car dans de nombreux cas, elles sont interconnectées.

Nous procéderons à une nouvelle évaluation de la pertinence régulièrement après quelques années. Dans l'intervalle, cependant, nous engageons continuellement les parties prenantes par le biais de divers canaux afin de rester informés des sujets existants et émergents les plus pertinents pour notre activité et de continuer à faire évoluer notre approche avec le soutien d'une expertise externe, des meilleures pratiques du secteur et du feedback. L'infographie de la page suivante donne un aperçu de la manière dont nous engageons les principales parties prenantes tout au long de l'année.



## Associations et adhésions

Pour renforcer notre approche collaborative du développement durable, nous nous engageons dans des associations et des organisations telles que :

- 2030 Water Resources Group
- AIM-Progress
- Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER)
- Brewers of Europe
- BSR
- Business at OECD
- Business Fights Poverty
- The Climate Group
- Ellen MacArthur Foundation
- International Alliance for Responsible Drinking
- RE100
- Shift Business Learning Program
- Sustainable Food Lab
- Taskforce on Nature-related Financial Disclosures
- UNGC CFO Taskforce for the SDGs
- UNGC Water Resilience Coalition
- WeConnect International
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)
- Forum économique mondial (WEF)
- Worldwide Brewing Alliance

## Engagement des parties prenantes



### Communautés

#### Description

Nous sommes étroitement liés aux communautés au sein desquelles nous vivons et travaillons. Nous tenons à contribuer favorablement aux enjeux importants auxquels font face ces communautés, tels que le développement durable, la consommation réfléchie et la sécurité routière. Nous nous concentrons sur les domaines où nous pouvons agir et avoir le plus grand impact positif.

#### Manière dont nous nous engageons

- Initiatives en matière de consommation réfléchie et de durabilité
- Activités soutenant les communautés telles que les interventions d'urgence et le bénévolat

#### Domaines d'intérêt

- Développement économique local
- Entreprise responsable contribuant positivement à la société et à l'environnement



### Consommateurs

#### Description

Le consommateur est roi. La bière rassemble les gens pour célébrer la vie, et nous nous mettons au service de nos consommateurs en leur offrant les meilleurs produits et des expériences de marque significatives de manière responsable.

#### Manière dont nous nous engageons

- Événements et activations
- Réseaux sociaux
- Publicités et parrainage
- Services clientèle

#### Domaines d'intérêt

- Qualité des produits
- Objectif de la marque
- Marketing responsable et transparent



### Responsables politiques

#### Description

Nous nous engageons auprès des responsables politiques à différents niveaux du gouvernement afin de donner notre avis sur les questions importantes pour notre activité et le bien-être de nos communautés. Nous le faisons en accord avec notre Code de déontologie et la législation locale.

#### Manière dont nous nous engageons

- Consultations officielles dans le secteur privé
- Association et groupes du secteur
- Tables rondes
- Réunions bilatérales

#### Domaines d'intérêt

- Politique publique
- Réglementations
- Réduction de la consommation nocive d'alcool
- Gestion de l'environnement
- Sécurité routière
- Interventions d'urgence



### Clients

#### Description

Nous nous associons avec des détaillants, propriétaires de bar, grossistes et distributeurs de grande valeur, pour acheminer nos bières jusqu'aux consommateurs, tout en soutenant leur croissance, en nous efforçant de fournir le meilleur service et en visant une excellente performance de nos marques dans l'on trade et l'off trade.

#### Manière dont nous nous engageons

- Services clientèle
- Réunions Sales
- Événements et activations
- Avis sur les produits
- Réseaux sociaux et sites web

#### Domaines d'intérêt

- Qualité des services
- Qualité des produits
- Performance de ventes

## Engagement des parties prenantes (cont.)

 <b>Collaborateurs</b>	 <b>Fournisseurs</b>	 <b>Partenaires</b>	 <b>Actionnaires</b>
<p><b>Description</b></p> <p>Nos collaborateurs sont notre plus grande force. Nos collaborateurs sont curieux, audacieux et résilients. Nous recrutons, développons et retenons des collaborateurs capables de faire mieux que nous.</p>	<p><b>Description</b></p> <p>L'aspect relationnel est essentiel dans nos activités, en particulier avec nos fournisseurs. Notre collaboration mutuelle est un élément clé dans l'élaboration d'une chaîne d'approvisionnement résiliente, qui crée de la valeur et contribue à nos objectifs de développement durable.</p>	<p><b>Description</b></p> <p>Nous sommes conscients qu'aucune organisation ne peut résoudre à elle seule les défis mondiaux actuels. Des partenariats sont nécessaires pour s'attaquer aux problèmes les plus urgents, actuels et futurs, et le secteur privé doit jouer un rôle proactif.</p>	<p><b>Description</b></p> <p>Nous apprécions la confiance de nos actionnaires et cherchons constamment à fournir des résultats positifs. Nous nous engageons à créer de la valeur et à assurer une croissance constante et rentable.</p>
<p><b>Manière dont nous nous engageons</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enquête annuelle sur l'engagement et enquête pulse</li> <li>- Évaluations annuelles des performances</li> <li>- Assemblées publiques en matière de leadership</li> <li>- Activités du personnel</li> <li>- Intranet et sites web</li> <li>- Service d'assistance en matière de conformité</li> </ul>	<p><b>Manière dont nous nous engageons</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réunions fournisseurs</li> <li>- Évaluations des fournisseurs</li> <li>- Partenariats</li> <li>- Programmes de développement des fournisseurs</li> <li>- Événements du secteur</li> <li>- Service d'assistance en matière de conformité</li> </ul>	<p><b>Manière dont nous nous engageons</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Association et groupes du secteur</li> <li>- Collaborations multipartites</li> <li>- Partenariats</li> </ul>	<p><b>Manière dont nous nous engageons</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapports annuels et intermédiaires</li> <li>- Assemblée annuelle des actionnaires</li> <li>- Réunions et webdiffusions relatives aux relations avec les investisseurs</li> <li>- Conférences sur les résultats trimestriels</li> <li>- Informations sur le site web</li> </ul>
<p><b>Domaines d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un lieu de travail diversifié et inclusif</li> <li>- Développement de carrière</li> <li>- Santé et sécurité au travail</li> <li>- Bien-être et engagement</li> </ul>	<p><b>Domaines d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratiques d'approvisionnement transparentes et équitables conformément à la politique mondiale de sourcing responsable</li> <li>- Opportunités de développement et de collaboration</li> </ul>	<p><b>Domaines d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Travail collectif pour relever les défis urgents</li> <li>- Réalisation des ODD</li> </ul>	<p><b>Domaines d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Croissance continue de la valeur de l'entreprise</li> <li>- Stratégie d'entreprise bien définie</li> <li>- Informations transparentes en temps utile</li> </ul>

# Indice ESG et cadres de rapports

- 60** [Indice ESG 2021 >](#)
- 72** [Objectifs de développement durable 2025 >](#)
- 73** [Cadres de rapports](#)
  - 73** [GRI >](#)
  - 78** [SASB >](#)
  - 80** [ODD de l'ONU >](#)
  - 87** [Indice du Pacte mondial de l'ONU >](#)
  - 88** [TCFD >](#)
  - 93** [Mesures du capitalisme des parties prenantes du WEF >](#)
  - 94** [Taxinomie de l'UE >](#)



# Indice ESG 2021

GRI : 103-1

Nous avons élaboré cet indice ESG pour fournir davantage d'informations sur le large éventail de thèmes relatifs à l'ESG qui ont de l'importance pour nos principales parties prenantes et sont pertinents pour notre activité.

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Gestion de l'eau</b>	Plus qu'un simple ingrédient clé de nos produits, l'eau est une ressource essentielle pour la santé et le bien-être de toutes les communautés du monde entier.	Communautés, consommateurs, collègues	<p>Objectif de gestion de l'eau 2025</p> <p>Conseil du développement durable</p> <p>Politique environnementale</p> <p>Groupe (externe) de conseillers sur l'environnement</p> <p>Processus d'évaluation du risque hydrique</p>	La pénurie d'eau ou la mauvaise qualité de l'eau peuvent augmenter les coûts de production et limiter notre capacité ou avoir un impact sur notre licence d'exploitation, affecter notre réputation dans la communauté ou entraîner des modifications de la réglementation relative à l'eau, ce qui pourrait nuire à nos activités.	Voir Gestion de l'eau aux pages 26-30	<ul style="list-style-type: none"> <li>1,599 milliard d'hl de consommation totale d'eau</li> <li>2,66 hl/hl d'efficacité de l'utilisation de l'eau</li> <li>100% des sites concernés par notre objectif ont mené des actions de sensibilisation, analysé les problèmes d'eau locaux et identifié des solutions potentielles</li> <li>83% des sites situés dans des zones sensibles ont commencé à mettre en œuvre des solutions</li> <li>3 sites situés dans des zones sensibles ont commencé à observer un impact tangible</li> <li>Prise d'eau par source               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 41,0% d'eau souterraine</li> <li>- 17,4% d'eau de surface</li> <li>- 41,6% de tiers</li> <li>- &lt;0,1% d'eau de pluie</li> </ul> </li> <li>Classement Water A du CDP</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre la mise en œuvre des solutions sur mesure sur tous nos sites situés dans des communautés confrontées au stress hydrique et la mesure de notre impact sur la qualité et la disponibilité de l'eau. Nous prévoyons également de poursuivre l'identification et le test des solutions innovantes afin d'améliorer l'efficacité de notre consommation interne d'eau ainsi que notre travail externe sur les bassins versants.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Gestion de l'eau site web &gt;</a></li> <li><a href="#">Mesure et évaluation de l'impact des projets de bassins versants des entreprises &gt;</a></li> <li><a href="#">Waterways to Resilience : des solutions basées sur la nature pour soutenir l'adaptation en Afrique &gt;</a></li> <li><a href="#">Partenariat avec TNC &gt;</a></li> <li><a href="#">Partenariat avec WWF &gt;</a></li> <li><a href="#">2021 CDP Water présentation &gt;</a></li> </ul>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Climat</b>	Le changement climatique est l'un des défis les plus pressants auxquels notre entreprise est confrontée au niveau mondial. Notre activité est étroitement liée à l'environnement naturel : les cultures agricoles et l'eau sont nos principaux ingrédients, nous avons besoin de matières premières pour nos emballages, et nous nécessitons de l'énergie et du carburant pour brasser et transporter nos bières.	Fournisseurs, collègues, clients, consommateurs, communautés	Objectifs action pour le climat 2025 Notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040 Conseil du développement durable Comité d'action pour le climat Politique environnementale	Le changement climatique, ou les mesures légales, réglementaires ou commerciales visant à lutter contre le changement climatique, pourraient avoir un impact important à long terme sur nos activités.	Voir action pour le climat aux pages 21–25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4,41 MT total des émissions de CO<sub>2</sub>e directes et indirectes de scope 1 et 2</li> <li>• 30,94 MT total des émissions de CO<sub>2</sub>e directes et indirectes de scope 1, 2 et 3</li> <li>• 26,53 MT total des émissions de CO<sub>2</sub>e indirectes de scope 3</li> <li>• 5,13 kg CO<sub>2</sub>e /hl d'émissions de GES de scope 1 et 2 par hectolitre produit</li> <li>• 51,21 kg CO<sub>2</sub>e /hl d'émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par hectolitre produit</li> <li>• 43,91 kg CO<sub>2</sub>e /hl d'émissions de GES de scope 3 par hectolitre produit</li> <li>• 28,63% de réduction des émissions de GES de scope 1 et 2 par rapport à la ligne de base 2017</li> <li>• 13,58% de réduction des émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par rapport à la ligne de base 2017</li> <li>• Classement Climate A- du CDP</li> <li>• Annonce de notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040</li> <li>• Développement d'un nouveau module pour le pilier environnemental du VPO pour accompagner les sites dans la réalisation d'un objectif de neutralité carbone</li> </ul>	Nous souhaitons explorer de nouvelles technologies et conclure de nouveaux partenariats et nous engager dans la chaîne d'approvisionnement via la plateforme Eclipse afin de réaliser notre objectif d'action pour le climat et notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040.	<ul style="list-style-type: none"> <li>👉 <a href="#">Site web action pour le climat &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Eclipse &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Analyse TCFD &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Ambition d'atteindre la neutralité carbone &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">2021 CDP Climate présentation &gt;</a></li> </ul>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Consommation d'énergie</b>	La réduction de notre consommation d'énergie peut contribuer à l'obtention d'avantages financiers à long terme tout en contribuant à réduire nos émissions GES et en soutenant notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040.	Collègues, communautés	Système de gestion de l'environnement VPO Politique environnementale Comité de pilotage VPO Conseil du développement durable	Les préoccupations environnementales, ou les mesures légales, réglementaires ou commerciales visant à répondre aux préoccupations environnementales, pourraient avoir un impact majeur à long terme sur nos activités et leurs résultats.	Voir action pour le climat aux pages 21–25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 58,8 GJ d'énergie utilisée au total (en millions)</li> <li>• 56,4 GJ d'énergie achetée au total (en millions)</li> <li>• 977 d'énergie utilisée par hl (en Mj/hl)</li> <li>• 93,6 d'énergie achetée par hl (en Mj/hl)</li> <li>• 39,9% d'électricité renouvelable opérationnelle</li> <li>• 81,4% d'électricité renouvelable contractuelle</li> <li>• Réduction de l'énergie achetée de 4,7% depuis 2018</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre l'exploration de technologies et de processus qui ont le potentiel de se développer et de réduire la consommation d'énergie au sein de nos activités.	<ul style="list-style-type: none"> <li>👉 <a href="#">Analyse TCFD &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Ambition d'atteindre la neutralité carbone &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Site web action pour le climat &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">2021 CDP Climate présentations &gt;</a></li> </ul>
<b>Emballage circulaire</b>	L'amélioration des matériaux utilisés peut générer des avantages financiers à long terme et assurer à notre entreprise une sécurité d'approvisionnement en emballages à long terme tout en contribuant à éliminer les déchets.	Fournisseurs, communautés, clients, consommateurs	Objectif d'emballage circulaire 2025 Conseil du développement durable Politique environnementale	Toute modification de la disponibilité ou du prix des matières premières pourrait avoir un effet préjudiciable sur nos activités.	Voir emballage circulaire aux pages 35–37	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 36,4% du volume est conditionné dans un emballage consigné</li> <li>• 55,6% de contenu recyclé dans les canettes</li> <li>• 43,8% de contenu recyclé dans le verre</li> <li>• 20,0% de contenu recyclé dans le PET</li> <li>• 99,8% de l'ensemble de nos matériaux d'emballage sont recyclables</li> <li>• &gt; 46,6 MT de matériaux d'emballage ont été réduits depuis 2018</li> <li>• 74,5% de nos produits étaient conditionnés dans un emballage consigné (fûts et bouteilles en verre consignées) ou en contenu majoritairement recyclé [portefeuille de canettes avec plus de 50% de contenu recyclé]</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre nos efforts dans l'ensemble de nos activités et au sein de nos communautés pour défendre l'économie circulaire et la transformation des systèmes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>👉 <a href="#">Emballage circulaire site web &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Notre emballage durable le plus récent &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Résidus d'orge transformés en emballage durable &gt;</a></li> </ul>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Gestion des déchets*</b>	Étant donné que nous opérons dans près de 50 pays, il est impératif que nous gérons nos déchets de manière responsable. Nous respectons les lois et réglementations locales et nous appliquons souvent nos propres normes mondiales plus strictes, en particulier dans les zones où les réglementations environnementales sont limitées.	Collègues, communautés	Système de gestion de l'environnement VPO Comité de pilotage VPO Conseil du développement durable Politique environnementale	Les préoccupations environnementales, ou les mesures légales, réglementaires ou commerciales visant à répondre aux préoccupations environnementales, pourraient avoir un impact négatif majeur à long terme sur nos activités.	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% de notre personnel sur nos sites de production de boissons a reçu une formation en matière de recyclage et de gestion des déchets par le biais de VPO</li> <li>De nouveaux programmes ont été mis en place pour accroître les taux de recyclage et réduire les déchets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>99,29% des déchets générés par nos processus de production de boissons ont été recyclés en 2021</li> <li>14% de l'ensemble de nos sites de boissons recyclent 100% des déchets générés, ce qui est considéré comme une production de déchets nulle</li> <li>69% de nos sites de boissons atteignent des taux de recyclage supérieurs à 99%</li> </ul>	Tous les sites prévoient de continuer à viser un taux de recyclage de 100% au sein de leurs activités pour atteindre la neutralité carbone à l'échelle mondiale.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Politique environnementale &gt;</a></li> </ul>
<b>Droits de l'Homme et approvisionnement responsable</b>	Nous pensons que le respect des droits de l'Homme est essentiel pour créer des communautés solides et prospères, comme l'attestent les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme.	Fournisseurs, collègues, clients, consommateurs, communautés	Politique mondiale en matière de droits de l'homme Politique mondiale de sourcing responsable Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles Comité directeur mondial pour les droits de l'homme Comité d'éthique et de conformité mondial Comité d'éthique et de conformité de la zone Comité d'audit	Par le biais de nos activités commerciales et notre chaîne de valeur, nous avons le potentiel d'avoir un impact sur les gens tant positif que négatif. Nous souhaitons intégrer le respect des droits de l'homme dans nos processus décisionnels. Nous sommes conscients que les questions négatives relatives aux droits de l'homme, qu'elles soient réelles ou présumées, peuvent miner la confiance de nos parties prenantes et avoir un impact négatif sur notre réputation et nos activités.	Voir éthique et transparence aux pages 38–43	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les fournisseurs représentent 30% des dépenses d'approvisionnement examinées par la gestion des risques d'approvisionnement</li> <li>7 500 fournisseurs évalués par rapport aux risques liés au sourcing responsable</li> <li>332 fournisseurs évalués dans la distribution au Brésil</li> <li>27 fournisseurs évalués dans les cultures à haut risque</li> <li>64 communautés incluses dans la recherche sur les droits de l'homme en Zambie, au Brésil, au Mexique et en Ouganda</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre le renforcement de notre approche relative aux droits de l'homme à travers notre chaîne de valeur.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Politique mondiale en matière de droits de l'homme &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique mondiale de sourcing responsable &gt;</a></li> <li><a href="#">Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles &gt;</a></li> </ul>

\*Gestion des déchets : le pourcentage de recyclage est le rapport entre le volume de produits dérivés et de déchets recyclés en matériaux secondaires et le volume de production total de produits dérivés et de déchets dans une certaine période par unité.

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Agriculture durable</b>	Pour brasser nos bières, nous dépendons de cultures agricoles de haute qualité provenant de communautés prospères et d'écosystèmes sains.	Fournisseurs, communautés, consommateurs	Objectif d'agriculture intelligente 2025 Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles Conseil du développement durable Groupe (externe) de conseillers sur l'environnement	Toute modification de la disponibilité ou du prix des matières premières pourrait avoir un effet préjudiciable sur nos activités.	Voir agriculture durable aux pages 31-34	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 22 000 producteurs au total inclus dans le programme de sourcing direct</li> <li>&gt; 16 500 petits exploitants agricoles inclus dans le programme de sourcing direct</li> <li>74% des producteurs directs sont qualifiés</li> <li>65% des producteurs directs sont connectés</li> <li>69% des producteurs directs sont indépendants financièrement</li> </ul>	Nous poursuivons la recherche de partenariats qui permettront d'adopter des approches évolutives en matière de santé des sols, d'amélioration de la biodiversité et d'autres pratiques d'agriculture régénératives dans toutes les régions et les cultures pour développer des communautés agricoles et des systèmes alimentaires résilients.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Agriculture intelligente site web &gt;</a></li> <li><a href="#">Cadre relatif à la santé des sols &gt;</a></li> <li><a href="#">SmartBarley + mise à jour partenariat Sentera &gt;</a></li> <li><a href="#">Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles &gt;</a></li> </ul>
<b>Marketing des normes sociales</b>	Le marketing des normes sociales est une méthodologie basée sur des faits visant à réduire la consommation nocive d'alcool, en particulier lorsqu'elle est associée à l'étroite connexion de nos marques avec les consommateurs.	Consommateurs, communautés	Code de Marketing et de Communication responsables Notre engagement à réduire la consommation nocive d'alcool Politique interne d'investissement dans les médias pour un monde meilleur Global Smart Drinking Community of Practice	La consommation nocive d'alcool pourrait avoir un impact négatif sur nos activités.	Voir consommation réfléchie et modération aux pages 12-20	<ul style="list-style-type: none"> <li>91% des collègues des départements Legal &amp; Corporate Affairs, Marketing and Sales ont reçu une formation relative au Code de marketing responsable</li> <li>Investissement de plus de 450 millions d'USD dans des programmes et campagnes de marketing des normes sociales (2016-2021), dont plus de 100 millions d'USD en 2021*</li> <li>Lancement de plus de 98 campagnes de marketing des normes sociales (2016-2021)</li> <li>100% de notre volume de bière éligible comporte une étiquette informative</li> <li>27 marchés ont volontairement appliqué des étiquettes informatives sur l'alcool sur nos produits</li> </ul>	Nous souhaitons continuer à donner la priorité à la consommation réfléchie au sein de l'architecture de nos marques.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Code de Marketing et de Communication responsables &gt;</a></li> <li><a href="#">Notre engagement à réduire la consommation nocive d'alcool &gt;</a></li> <li><a href="#">Marketing pour changer les normes sociales &gt;</a></li> <li><a href="#">Marketing, publicité et ventes &gt;</a></li> </ul>
<b>Bière peu ou non alcoolisée</b>	L'OMS recommande de donner aux consommateurs le choix d'opter pour des bières peu ou pas alcoolisées en vue de réduire la consommation nocive d'alcool.	Consommateurs, communautés, collègues	Notre engagement à réduire la consommation nocive d'alcool Groupe consultatif technique de la fondation AB InBev (externe) Global Smart Drinking Community of Practice	La consommation nocive d'alcool pourrait avoir un impact négatif sur nos activités.	Voir consommation réfléchie et modération aux pages 12-20	<ul style="list-style-type: none"> <li>6,63% du volume mondial est composé de produits NABLAB</li> <li>82 marques NABLAB</li> <li>68% des pays disposent de marques NABLAB dans leur portefeuille</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre nos efforts pour étendre la disponibilité de produits NAB et LAB et pour répondre aux besoins de nos consommateurs.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Exploiter la puissance des produits NABLABs &gt;</a></li> <li><a href="#">Notre engagement à réduire la consommation nocive d'alcool &gt;</a></li> </ul>

\*Les investissements de 2016 à 2019, s'élevant à 255,31 millions d'USD, ont été examinés et validés via des processus d'assurance antérieurs. La contribution d'investissement restante sera assurée en 2022.

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Interventions locales basées sur des faits en matière de consommation réfléchie</b>	Notre objectif est de reproduire et d'étendre, avec le soutien de notre communauté, trois types d'interventions basées sur des faits dans la réduction de la consommation nocive d'alcool : service de boissons responsable, dépistage et intervention de courte durée, et sécurité routière.	Consommateurs, communautés	Notre engagement à réduire la consommation nocive d'alcool  Groupe consultatif technique de la fondation AB InBev (externe)  Taskforce de partenaires scientifiques de la fondation AB InBev (externe)  Global Smart Drinking Community of Practice	La consommation nocive d'alcool pourrait avoir un impact négatif sur nos activités.	Voir consommation réfléchie et modération aux pages 12-20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 24 pays ayant mis en place des interventions communautaires basées sur des faits (RBS, SBI, sécurité routière)</li> <li>• 16 interventions communautaires relatives au service de boissons responsable mises en place</li> <li>• 9 programmes de dépistage et d'interventions de courte durée mis en place</li> <li>• 47 programmes de sécurité routière basés sur des faits mis en place</li> <li>• 118 pays appliquent les formations relatives à la boîte à outils pour des routes plus sûres</li> <li>• 54% des utilisateurs de la boîte à outils pour des routes plus sûres sont des gouvernements, des universités et des ONG</li> </ul>	Nous souhaitons exploiter le pouvoir du numérique pour promouvoir la consommation réfléchie dans nos communautés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>👉 <a href="#">Partenariat pour un impact communautaire &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Notre engagement à réduire la consommation nocive d'alcool &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Sécurité routière &gt;</a></li> </ul>
<b>Diversité et inclusion</b>	Nous sommes conscients que la diversité de pensée améliore la prise de décisions et permet de livrer des idées plus innovantes. Un lieu de travail inclusif est également essentiel car il permet aux individus de se sentir capables de partager leurs points de vue et leurs idées uniques, ce qui favorise l'engagement, la productivité et les taux de rétention.	Collègues	Politique mondiale de diversité et d'inclusion  Politique mondiale en matière de droits de l'homme  Conseil mondial de diversité et d'inclusion	Notre capacité à recruter, retenir, gérer et développer avec succès le personnel clé a un impact sur nos performances et notre capacité à exploiter notre entreprise.	Voir diversité et inclusion aux pages 47-49	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 87% dans l'indice de diversité et d'inclusion de l'enquête annuelle d'engagement des collaborateurs (+1pp par rapport à 2020)</li> <li>• 125 nationalités représentées dans notre effectif total</li> <li>• 64 nationalités représentées dans nos sièges administratifs mondiaux</li> <li>• 21% de femmes dans notre effectif total</li> <li>• 34% de femmes dans notre effectif employé</li> <li>• 26% de femmes dans nos cinq principaux niveaux de leadership</li> <li>• 14% de femmes dans nos trois principaux niveaux de leadership</li> </ul>	Nous souhaitons continuer à partager nos progrès et à prendre des mesures pour accroître la diversité et l'inclusion au sein de notre entreprise et dans l'ensemble de notre chaîne de valeur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>👉 <a href="#">Politique mondiale de diversité et d'inclusion &gt;</a></li> <li>👉 <a href="#">Politique mondiale en matière de droits de l'homme &gt;</a></li> </ul>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Qualité des produits</b>	Nous nous engageons à offrir des produits de qualité à nos consommateurs.	Fournisseurs, consommateurs, clients	Politique relative à la qualité des produits (interne) Systèmes de gestion de la qualité VPO et DPO Comité de pilotage VPO	Si l'un de nos produits est défectueux ou contient des produits contaminants, nous pouvons être soumis à des rappels de produits ou à d'autres obligations associées, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur nos activités, notre réputation et nos performances.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manuel de qualité révisé</li> <li>Publication de nouveau matériel de formation relatif à la gestion de la qualité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>0 rappels de produits</li> <li>100% de nos activités ont subi un audit interne conforme aux normes BRC</li> <li>100% de nos activités ont subi un audit interne conforme aux normes de qualité VPO</li> <li>33% de nos activités ont subi un audit externe conforme aux normes BRC sans certification (chaque site subi un audit tous les trois ans)</li> <li>21 activités ont la certification BRC Food Standard</li> <li>8 activités ont la certification BRC Packaging Standard</li> <li>313 récompenses obtenues pour nos bières : 93 médailles de bronze, 110 médailles d'argent et 108 médailles d'or aux grands concours internationaux</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre le suivi des programmes de gestion de la qualité pour fournir de la qualité à nos consommateurs.	 <a href="#">Bière et brassage &gt;</a>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Ethique et conformité</b>	Nous opérons dans des pays possédant un large éventail de cultures et de pratiques commerciales, soulignant l'importance d'être guidé par un code d'éthique commerciale et des lignes directrices claires et cohérents pour tous nos collègues à travers le monde.	Fournisseurs, collègues, clients, consommateurs, communautés	Code mondial de conduite professionnelle Politique mondiale anti-corruption Politique anti-corruption des fournisseurs Politique d'alerte mondiale Politique mondiale en matière de droits de l'homme Politique mondiale de lutte contre le harcèlement et la discrimination Politique mondiale de sourcing responsable Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles Comité d'éthique et de conformité mondial Comité d'éthique et de conformité de la zone	Nous opérons sur des marchés émergents qui présentent des risques politiques, économiques et opérationnels, en raison de l'instabilité politique et économique, de l'absence de systèmes juridiques bien développés et d'environnements commerciaux potentiellement corrompus.	Voir éthique et transparence aux pages 38-43	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement de nouvelles formations en ligne qui portaient sur des sujets tels que la lutte contre la corruption, l'éthique de la chaîne d'approvisionnement, l'éthique numérique, la lutte contre le blanchiment d'argent et notre code de conduite professionnelle.</li> </ul>	Nous rechercherons les occasions de collaborer avec nos collègues et nos partenaires de la chaîne de valeur pour promouvoir et maintenir les normes les plus élevées en matière de comportement éthique.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Code mondial de conduite professionnelle &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique mondiale anti-corruption &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique anti-corruption des fournisseurs &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique d'alerte mondiale &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique mondiale en matière de droits de l'homme &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique mondiale de lutte contre le harcèlement et la discrimination &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique mondiale de sourcing responsable &gt;</a></li> <li><a href="#">Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles &gt;</a></li> </ul>
<b>Sécurité au travail</b>	La santé et la sécurité de nos collègues et de nos partenaires est une valeur fondamentale de notre entreprise. Nous nous engageons à former nos collègues à faire les bons choix en matière de sécurité pour eux-mêmes et pour les autres.	Fournisseurs, collègues (y compris les prestataires de services)	Politique mondiale en matière de santé et de sécurité Politique mondiale en matière de droits de l'homme Systèmes de gestion de la sécurité VPO et DPO Comité de pilotage VPO	La santé et la sécurité de nos collègues et de nos partenaires, ainsi que les problèmes de sécurité au sein de nos opérations ou de celles de nos fournisseurs, pourraient avoir une incidence négative sur nos performances, notre capacité d'exploitation et notre réputation.	Voir sécurité au travail aux pages 42-43	<ul style="list-style-type: none"> <li>6 accidents du travail mortels (total)</li> <li>283 accidents du travail avec arrêt (LTI) (total)</li> <li>1 044 accidents déclarés (TRI) (total)</li> </ul>	Nous poursuivons notre engagement à prévenir les blessures graves et les décès, à réduire les accidents du travail en diminuant l'exposition aux dangers pour la sécurité et en poursuivant la mise en place d'une culture de la sécurité dans l'ensemble de nos activités.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Politique mondiale en matière de santé et de sécurité &gt;</a></li> <li><a href="#">Politique mondiale en matière de droits de l'homme &gt;</a></li> </ul>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Biodiversité</b>	Nous dépendons de cultures agricoles de haute qualité et d'eau provenant d'écosystèmes sains. Nous pouvons contribuer à protéger et à restaurer la biodiversité grâce à nos efforts dans le domaine de l'agriculture et des bassins versants.	Fournisseurs, communautés	Conseil du développement durable Groupe (externe) de conseillers sur l'environnement Principes de sourcing responsable pour les exploitations agricoles	Les préoccupations environnementales, ou les mesures légales, réglementaires ou commerciales visant à répondre aux préoccupations environnementales, pourraient avoir un impact négatif majeur à long terme sur notre entreprise et nos activités.	Voir agriculture durable aux pages 31–34	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identification des pressions mondiales sur la biodiversité dans 30 régions de notre chaîne d'approvisionnement agricole directe afin d'identifier des opportunités d'action en faveur de la biodiversité</li> </ul>	Nous prévoyons de chercher des moyens d'intégrer des initiatives en faveur de la biodiversité dans nos programmes et nous poursuivons notre engagement avec des partenaires et des groupes du secteur afin de mener une plus grande action collective en faveur de la biodiversité.	 <b>Protéger la terre, l'eau et les moyens de subsistance &gt;</b>
<b>Entrepreneuriat</b>	Nous dépendons des produits et services de millions de petites entreprises, notamment des producteurs, des fournisseurs, des détaillants, des start-ups et des récupérateurs de déchets.	Fournisseurs, clients (en particulier les petits détaillants)	Conseil du développement durable Équipes de la zone et des pays	Des réseaux de fournisseurs et de distribution efficaces nous permettent de produire et de livrer nos produits aux consommateurs. Des perturbations dans ces réseaux pourraient avoir un impact majeur sur notre capacité à opérer.	Voir entrepreneuriat aux pages 44–46	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2,5 millions d'utilisateurs actifs dans 16 pays utilisent chaque mois notre plateforme B2B BEES</li> <li>• &gt; 260 000 détaillants ont accès à des solutions fintech grâce à notre centre de technologie et d'innovation Z-Tech</li> <li>• &gt; 16 500 petits exploitants agricoles inclus dans le programme de sourcing direct</li> <li>• &gt; 25 000 récupérateurs de déchets sur l'ensemble de notre chaîne de valeur</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre la recherche de partenariats qui autonomisent les petites entreprises et les entrepreneurs tout au long de notre chaîne de valeur afin de favoriser leur réussite.	 <b>BEES &gt;</b>  <b>Cultures locales &gt;</b>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir	En savoir plus
<b>Éthique numérique</b>	Alors que nos projets de transformation numérique et d'innovation poursuivent leur progression, nous visons à nous conformer aux lois applicables et à nous assurer que les données de notre entreprise, de nos consommateurs, de nos clients et de nos collègues sont sécurisées et traitées de manière éthique.	Fournisseurs, collègues, consommateurs, clients	Code mondial de conduite professionnelle Cadre et principes d'éthique numérique Politique mondiale de sécurité de l'information	Outre le risque de perturbation des activités, l'évolution des lois et des attentes des parties prenantes peut signifier que nous ne sommes pas en mesure de collecter et d'utiliser les données personnelles. Cela entraîne des risques économiques et de réputation et a également un impact sur notre capacité à créer, à utiliser et à lancer des outils et des initiatives axés sur les données qui sont essentiels pour nos activités, l'innovation, notre développement et notre pertinence continue sur le marché.	Voir éthique et transparence aux pages 38-43	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participation de près de 2 000 collègues aux formations d'éthique numérique sur mesure</li> <li>Évaluation de &gt; 1 700 activités de traitement conformément à nos principes d'éthique numérique</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre le développement de nos outils, de nos processus et de nos ressources pour soutenir l'éthique numérique dans l'ensemble de nos activités.	 <b>Code mondial de conduite professionnelle &gt;</b>
<b>Nos collaborateurs</b>	Nos collaborateurs ont toujours été et seront toujours notre plus grande force. En veillant à leur bien-être et à leur développement et en investissant dans nos collaborateurs, nous créons du capital humain pour notre entreprise.	Collègues	Politique en matière de droits de l'homme Politique mondiale de lutte contre le harcèlement et la discrimination Politique mondiale de diversité et d'inclusion	Notre capacité à recruter, retenir, gérer et développer avec succès le personnel clé a un impact sur nos performances et notre capacité à exploiter notre entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcement de notre capacité d'écoute des collaborateurs avec une technologie plus rapide et plus agile (Perceptyx), un nouveau cycle d'engagement (1 enquête annuelle et 2 enquêtes pulse) et des outils d'écoute à la demande</li> <li>Poursuite du programme BetterUp pour fournir aux collègues un coaching personnalisé individuel</li> <li>Poursuite de la promotion d'une culture de l'apprentissage par le biais de nos programmes de formations mondiaux qui développent les capacités clés fonctionnelles et de leadership dans des domaines tels que Marketing, Sales, Supply et Procurement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>169 000 collègues</li> <li>&lt; 9% de rotation du personnel</li> <li>88% d'indice d'engagement des collaborateurs (+4pp par rapport à 2020)</li> <li>94% de participation des collaborateurs à l'enquête d'engagement (stable par rapport à 2020)</li> <li>Recrutement de 158 collaborateurs dans le cadre de notre programme Global Management Trainee (GMT)</li> <li>Recrutement de 28 collaborateurs dans le cadre de notre programme Global MBA (GMBA)</li> <li>Participation de &gt; 4 000 collègues aux programmes de formations mondiaux dans les domaines Marketing, Sales, Supply et Procurement</li> </ul>	Nous continuerons à écouter, à développer et à autonomiser nos collaborateurs.	 <b>Nos équipes &gt;</b>  <b>Notre culture &gt;</b>  <b>Nos avantages &gt;</b>  <b>Global MBA Program &gt;</b>  <b>Global Management Trainee Program &gt;</b>

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir
<b>COVID-19</b>	La pandémie de COVID-19 a eu d'importantes répercussions sur la société, les gouvernements et les entreprises, soulignant la nécessité d'une action collective et décisive pour relever les défis sociaux et environnementaux les plus urgents dans le monde.	Fournisseurs, collègues, détaillants, clients, consommateurs	Équipes de la zone et des pays	Les perturbations dues au COVID-19 et leur impact sur notre personnel, nos partenaires, nos communautés et nos chaînes d'approvisionnement pourraient avoir une incidence négative sur notre activité.	Voir réaction à la COVID-19 aux pages 8–9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• &gt; 3,5 millions d'unités de gel hydroalcoolique offerts</li> <li>• &gt; 3,9 millions de masques offerts</li> <li>• &gt; 125 centres de vaccination soutenus</li> <li>• &gt; 25 campagnes de vaccination soutenues</li> </ul>	Nous continuerons à collaborer avec les gouvernements et les partenaires pour favoriser une reprise forte et inclusive, en investissant dans la résilience environnementale, en promouvant la consommation réfléchie et en soutenant les moyens de subsistance durables dans l'ensemble de notre chaîne de valeur.
<b>Interventions d'urgence</b>	Nous pensons que nous pouvons jouer un rôle positif dans l'amélioration de la résilience aux catastrophes des communautés, en travaillant main dans la main avec les autorités, la société civile et d'autres organisations du secteur privé en vue de réduire le risque de catastrophe et de soutenir les efforts des interventions en cas de catastrophe.	Communautés, consommateurs, collègues	Équipes de la zone et des pays	Chaque année, de nombreuses communautés dans le monde sont touchées par des sécheresses, séismes, incendies, inondations et autres catastrophes naturelles. Ces événements sont en augmentation et cette tendance va se poursuivre, sous l'effet de l'urbanisation, de la dégradation des écosystèmes naturels et du changement climatique.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Don d'eau potable d'urgence en Corée du Sud et en Chine pour des catastrophes climatiques</li> <li>• Don d'eau potable aux victimes des fortes inondations en Belgique et en Allemagne</li> <li>• Don de nourriture, d'eau, de vêtements, de couvertures et autres aux personnes touchées par les inondations à Zacatecas, au Mexique</li> <li>• Livraison d'eau potable en canette pour soutenir les interventions d'urgence au Canada</li> <li>• Lancement de la campagne Prepare for Your Pets aux États-Unis pour sensibiliser à la préparation aux catastrophes</li> <li>• Soutien aux communautés après les inondations dans le bassin de rivière Taquiña en Bolivie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11 initiatives d'intervention d'urgence mises en œuvre</li> <li>• &gt; 2,3 millions de litres d'eau potable d'urgence fournis</li> </ul>	Nous souhaitons poursuivre l'exploitation de nos capacités commerciales et de nos relations locales pour aider nos communautés à se préparer et à réagir aux catastrophes.

Thèmes ESG	Importance	Impact sur la chaîne de valeur	Gestion	Facteurs économiques	Développements 2021	Résultats 2021	À l'avenir
<b>Engagement communautaire : Bénévolat</b>	Nos collaborateurs sont passionnés par le soutien à leurs communautés.	Communautés, consommateurs, collègues	Équipes de la zone et des pays	La croissance durable et inclusive des communautés où nous vivons et travaillons est fondamentale pour la réussite de notre entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutien aux dons de sang au Mozambique par le biais de 150 de bénévolat</li> <li>Bénévolat dans un bibliothèque locale et organisation de cours d'anglais en Corée du Sud</li> <li>Aide apportée aux propriétaires de bar après les confinements dus à la pandémie de COVID-19 en Belgique</li> <li>Soutien aux initiatives visant à répondre à l'éruption d'un volcan à La Palma dans les îles Canaries</li> <li>Plantation d'arbres dans les montagnes du Harz pour la journée mondiale de l'environnement en Allemagne</li> <li>Collecte et don de 1 120 kg de vieux papiers à l'ECOFund for Good et don des bénéfices pour aider les animaux errants en Russie</li> <li>Organisation de plus de 30 activités de bénévolat virtuelles et en présentiel au Mexique pour célébrer la journée mondiale de l'eau, la journée mondiale de l'environnement, la semaine de consommation réfléchie et la journée internationale du bénévolat, comptant plus de 16 000 participants</li> <li>Organisation d'un programme de bénévolat virtuel pour soutenir les entrepreneurs locaux au Pérou</li> <li>Fourniture de nouveaux outils de formation pour les responsables communautaires par le biais de notre plateforme d'impact social Valor en Argentine</li> <li>Organisation d'une journée de nettoyage des plages au Paraguay, permettant de collecter 59 000 kg de déchets</li> <li>Don de temps et de connaissances, ainsi que de cours de gestion en ligne, pour soutenir les ONG au Brésil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>29 pays avec des programmes de bénévolat en place</li> <li>&gt; 32 400 heures de bénévolat pour nos collègues</li> </ul>	Nous trouverons de nouveaux moyens de soutenir nos collègues à partager leurs talents et leur temps pour renforcer leurs communautés.

# Objectifs de développement durable 2025

GRI : 302-1, 302-3, 303-5, 305-1, 305-4

**Nos objectifs de développement durable 2025 sont nos engagements publics les plus ambitieux en matière de durabilité à ce jour. Présentés en mars 2018, ces objectifs visent un impact environnemental et social holistique et un changement transformationnel sur l'ensemble de notre chaîne de valeur. Les dirigeants de notre entreprise et une équipe interfonctionnelle de plus de 70 collègues ont établi ces objectifs pour mener des actions audacieuses dès aujourd'hui, avec des résultats mesurables, afin de favoriser la résilience à long terme et un impact positif durable.**

Veillez consulter les sections climat, gestion de l'eau, agriculture durable et emballage circulaire aux pages 21-37 de ce rapport pour en savoir plus sur la manière dont AB InBev gère le développement durable et la réalisation de ses objectifs de développement durable 2025. Le tableau ci-contre met en évidence nos performances en 2021 par rapport aux indicateurs clés liés à nos objectifs de développement durable 2025.

Indicateur	2025 Objectif	2021	2020	2019	2018	2017 (Ligne de base)
Consommation totale d'eau (en milliards d'hl)	n/a	1,599 <sup>Ⓐ</sup>	1,496 <sup>Ⓐ</sup>	1,642 <sup>Ⓐ</sup>	1,632 <sup>Ⓐ</sup>	1,775 <sup>Ⓐ</sup>
Consommation d'eau par hectolitre produit (hl/hl)	2,50	2,66 <sup>Ⓐ</sup>	2,70 <sup>Ⓐ</sup>	2,80 <sup>Ⓐ</sup>	2,95 <sup>Ⓐ</sup>	3,09 <sup>Ⓐ</sup>
Nombre total de GJ d'énergie (en millions)	n/a	58,8 <sup>Ⓐ</sup>	55,2 <sup>Ⓐ</sup>	61,4 <sup>Ⓐ</sup>	61,1	61,4 <sup>Ⓐ</sup>
Nombre total de GJ d'énergie achetés (en millions)	n/a	56,4 <sup>Ⓐ</sup>	53,2 <sup>Ⓐ</sup>	59,4 <sup>Ⓐ</sup>	59,2 <sup>Ⓐ</sup>	*
Consommation d'énergie par hectolitre produit (en Mj/hl)	n/a	97,7	99,7	104,6	110,1*	111,6 <sup>Ⓐ</sup>
Énergie achetée par hectolitre produit (en Mj/hl)	n/a	93,6 <sup>Ⓐ</sup>	96,2 <sup>Ⓐ</sup>	101,2 <sup>Ⓐ*</sup>	106,8 <sup>Ⓐ</sup>	*
Total des émissions de GES directes et indirectes (Scope 1 et 2 en millions de tonnes de CO <sub>2</sub> e)	4,02	4,41 <sup>Ⓐ</sup>	4,71 <sup>Ⓐ</sup>	5,36 <sup>Ⓐ</sup>	6,03 <sup>Ⓐ</sup>	6,18 <sup>Ⓐ</sup>
Total des émissions de GES directes et indirectes (Scope 1, 2 et 3 en millions de tonnes de CO <sub>2</sub> e)	n/a	30,94 <sup>Ⓐ</sup>	28,37 <sup>Ⓐ</sup>	31,8 <sup>Ⓐ</sup>	31,21	32,35
Émissions de GES de scope 1 et 2 par hectolitre produit (en kg CO <sub>2</sub> e/hl)	4,77	5,13 <sup>Ⓐ</sup>	6,50 <sup>Ⓐ</sup>	6,92 <sup>Ⓐ</sup>	8,04 <sup>Ⓐ</sup>	8,55 <sup>Ⓐ</sup>
Émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par hectolitre produit (en kg CO <sub>2</sub> e/hl)	44,5	51,21 <sup>Ⓐ</sup>	53,13 <sup>Ⓐ</sup>	55,3 <sup>Ⓐ</sup>	57,0	59,4
Émissions de GES de scope 3 par hectolitre produit (en kg CO <sub>2</sub> e/hl)	39,7	43,91 <sup>Ⓐ</sup>	46,63	48,38	48,96	50,85
% d'électricité renouvelable : opérationnelle**	100%	39,9% <sup>Ⓐ</sup>	31,2% <sup>Ⓐ</sup>	20,0% <sup>Ⓐ</sup>	16% <sup>Ⓐ</sup>	--
% d'électricité renouvelable : contractuelle**	100%	81,4% <sup>Ⓐ</sup>	70,6% <sup>Ⓐ</sup>	61,3%	50%	--
% d'emballages consignés	n/a	36,4% <sup>Ⓐ</sup>	36,4% <sup>Ⓐ</sup>	40,9% <sup>Ⓐ</sup>	43,5% <sup>Ⓐ</sup>	46%
% de contenu recyclé dans les emballages primaires						
Verre		43,8% <sup>Ⓐ</sup>	43,2% <sup>Ⓐ</sup>	42,3% <sup>Ⓐ</sup>	41,4% <sup>Ⓐ</sup>	37%
Canettes	>50%	55,6% <sup>Ⓐ</sup>	57,6% <sup>Ⓐ</sup>	59,1% <sup>Ⓐ</sup>	58,9% <sup>Ⓐ***</sup>	59%
PET		20,0% <sup>Ⓐ</sup>	26,0% <sup>Ⓐ</sup>	22,8% <sup>Ⓐ</sup>	15,7% <sup>Ⓐ</sup>	21%
Producteurs directs qualifiés, connectés et indépendants financièrement****						
Qualifiés	100%	74%	76%	50%	--	--
Connectés	100%	65%	57%	45%	--	--
Indépendants financièrement	100%	69%	60%	35%	--	--

## Ⓐ Indicateur revu

(veuillez-vous référer au Rapport d'assurance externe à la page 97)

- Nos objectifs et nos données incluses dans le tableau en matière d'eau, d'émissions de GES par hectolitre produit et d'énergie concernent uniquement nos sites de production de boissons et n'incluent pas nos opérations verticales telles que les usines de malt et les usines de conditionnement.
- Les données des émissions de GES directes et indirectes totales concernent les sites de production de boissons et la plupart des opérations verticales, y compris les usines de malt et les usines de conditionnement.
- Pour toute information complémentaire sur le périmètre des KPI, veuillez vous référer à la section Périmètre du rapport à la page 95.
- Le scope 1 représente 67,7% de nos émissions opérationnelles et inclut l'équivalent CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>e) du carburant utilisé dans nos processus de fabrication et dans les usines de cogénération qui produisent de l'électricité sur place. Le scope 2 représente environ 32,3% et correspond aux émissions provenant de l'électricité achetée.
- Les émissions de scope 3 sont des émissions basées sur un mélange de chiffres fournis par les fournisseurs, de facteurs d'émissions globales et de suppositions concernant les biens et services achetés, la distribution en amont et en aval, le refroidissement de produits (y compris l'on trade et l'off trade mais à l'exclusion du refroidissement chez le consommateur) et la fin de vie du produit. Environ 50% des émissions sont calculées sur la base de nos propres données ou des données communiquées par les fournisseurs dans le cadre du CDP. Nous utilisons actuellement une approche hybride pour mesurer les données de scope 3, appuyée par un mélange de données fournies par les fournisseurs et de données disponibles dans le secteur. Nous espérons que notre ambition d'atteindre la neutralité carbone et les données justificatives puissent être révisées à mesure que les normes de mesure, la méthodologie de modélisation et le niveau de granularité des données s'améliorent au fil du temps.

\* Conformément à nos nouveaux objectifs de développement durable, l'énergie sera rapportée en énergie achetée plutôt que consommée. L'énergie achetée par hl s'accorde avec notre objectif de développement durable RE100 consistant à compenser 100% de nos achats d'électricité par de l'électricité provenant de sources renouvelables. L'énergie achetée par hl n'a pas été rapportée pour les brasseries rachetées à SABM en 2017.

\*\* Pour 2021, l'électricité renouvelable est rapportée par deux indicateurs : l'électricité opérationnelle et l'électricité contractuelle. Notre stratégie primaire est de contribuer à financer de nouveaux projets de production d'électricité renouvelable, mais ces projets peuvent être longs à construire, c'est pourquoi nous pensons qu'il est important de rapporter ces deux indicateurs. L'indicateur électricité contractuelle répertorie les engagements que nous avons déjà pris en faveur de notre objectif de 100% d'électricité renouvelable, tandis que notre électricité opérationnelle mesure nos réalisations annuelles réelles.

\*\*\* Le pourcentage de contenu recyclé dans les emballages primaires en 2018 a été actualisé pour les canettes. Les données ont été corrigées suite aux audits des fournisseurs externes.

\*\*\*\* Les données relatives à l'agriculture intelligente sont basées sur des estimations à jour.

# Cadres de rapports

GRI : 102-55

## GRI

Numéro de référence	Nom de référence	Source
GRI 102-1	Nom de l'organisation	Anheuser-Busch InBev SA/NV
GRI 102-2	Activités, marques, produits et services	Rapport annuel p. 13-15 Nos marques - Rapport annuel p. 20-29 👉 Nos marques
GRI 102-3	Lieu géographique du siège	Siège administratif mondial d'Anheuser-Busch InBev Brouwerijplein 1 3000 Louvain Belgique
GRI 102-4	Lieu géographique des sites d'activité	Rapport ESG p. 5-6 Rapport annuel p. 15-17
GRI 102-5	Capital et forme juridique	👉 Nos actionnaires
GRI 102-6	Marchés desservis	Rapport ESG p. 5 Rapport annuel p. 15-16, 20-24
GRI 102-7	Taille de l'organisation	Rapport annuel p. 4, 6, 36
GRI 102-8	Informations concernant les employés et les autres travailleurs	Rapport ESG : p. 48 Rapport annuel p. 50
GRI 102-9	Chaîne d'approvisionnement	Rapport annuel p. 15, 20-24 👉 Nos bières 👉 Notre passion pour la bière
GRI 102-10	Modifications significatives de l'organisation et de sa chaîne d'approvisionnement	Rapport annuel p. 18-24
GRI 102-11	Principe de précaution ou approche préventive	AB InBev applique une approche de précaution en gérant le risque lié à toutes nos questions Tier 1 👉 Politique environnementale 👉 Politique de sourcing responsable
GRI 102-12	Initiatives externes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engagement envers les principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies</li> <li>• Contribution aux objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD) : Rapport ESG p. 78-83</li> <li>• Soutien à l'objectif de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) visant à réduire la consommation nocive d'alcool</li> <li>• Signataire du Pacte mondial des Nations Unies : Rapport ESG p. 2, 40, 84 ; Rapport annuel p. 19</li> <li>• Engagement envers les principes et les orientations contenus dans les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme</li> </ul>
GRI 102-13	Adhésion à des associations	Rapport ESG p. 56
GRI 102-14	Déclaration du décideur le plus haut placé	Rapport ESG p. 2-3
GRI 102-15	Principaux impacts, risques et opportunités	Rapport ESG p. 88-92
GRI 102-16	Valeurs, principes, normes et règles de conduite	Rapport ESG p. 4, 10 👉 Nos 10 principes 👉 Nos politiques

Numéro de référence	Nom de référence	Source
GRI 102-17	Mécanismes de conseil et de gestion des préoccupations concernant les questions éthiques	Rapport ESG p. 38-39 Rapport annuel p. 47  Nos politiques
GRI 102-18	Structure de gouvernance	Rapport ESG p. 51  Notre gouvernance d'entreprise
GRI 102-19	Délégation de l'autorité	Rapport ESG p. 51-53  Informations CDP
GRI 102-20	Responsabilité de la direction en lien avec les enjeux économiques, environnementaux et sociaux	Rapport ESG p. 51-53  Informations CDP
GRI 102-22	Composition de l'organe de gouvernance le plus élevé et de ses comités	 Notre gouvernance d'entreprise
GRI 102-23	Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé	 Notre gouvernance d'entreprise
GRI 102-24	Nomination et sélection des membres l'organe de gouvernance le plus élevé	Rapport ESG p. 55  Notre Charte de gouvernance d'entreprise
GRI 102-25	Conflits d'intérêts	 Notre Charte de gouvernance d'entreprise
GRI 102-26	Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la définition de l'objet social, des valeurs et de la stratégie	Rapport ESG p. 51
GRI 102-29	Identification et gestion des impacts économiques, environnementaux et sociaux	Rapport ESG p. 51, 56
GRI 102-35	Politiques de rémunération	Rapport ESG p. 51  Notre Charte de gouvernance d'entreprise
GRI 102-40	Liste des groupes de parties prenantes	Rapport ESG p. 57-58
GRI 102-41	Accords de négociation collective	 Politique en matière de droits de l'homme
GRI 102-42	Identification et sélection des parties prenantes	Rapport ESG p. 56-58
GRI 102-43	Approche de l'implication des parties prenantes	Rapport ESG p. 56-58
GRI 102-44	Enjeux et préoccupations majeurs soulevés	Rapport ESG p. 56
GRI 102-45	Entités incluses dans les états financiers consolidés	Rapport financier : rapport de gestion
GRI 102-46	Définition du contenu du rapport et des périmètres de l'enjeu	Rapport ESG p. 95-96
GRI 102-47	Liste des enjeux pertinents	Rapport ESG p. 56
GRI 102-48	Réaffirmation des informations	Rapport ESG p. 95-96
GRI 102-49	Modifications relatives à la publication d'information	Rapport ESG p. 95-96
GRI 102-50	Période de déclaration	2021
GRI 102-51	Date du rapport le plus récent	Rapport annuel 2020
GRI 102-52	Cycle de publication d'information	Annuel

Numéro de référence	Nom de référence	Source
GRI 102-53	Point de contact pour les questions relatives au rapport	corporategovernance@ab-inbev.com
GRI 102-54	Déclarations de publication d'information en conformité avec les normes GRI	Rapport ESG p. 95
GRI 102-55	Index du contenu GRI	Rapport ESG p. 73-77
GRI 102-56	Vérification externe	Rapport annuel p. 53-54 Rapport ESG p. 97-98
<b>Normes générales de référence</b>		
<b>Normes universelles</b>		
GRI 103-1	Explication de l'enjeu pertinent et de son périmètre	Rapport ESG p. 60-71 et dans chaque chapitre : Nos priorités stratégiques ESG
GRI 103-2	L'approche managériale et ses composantes	Rapport ESG p. 11-49
GRI 103-3	Évaluation de l'approche managériale	Rapport ESG p. 52-53
<b>Thèmes économiques</b>		
GRI 201-1	Valeur économique directe générée et distribuée	Rapport ESG p. 7
GRI 201-2	Implications financières et autres risques et opportunités dus au changement climatique	👉 Soumis au CDP sur une base annuelle
GRI 201-3	Obligations liées au régime à prestations déterminées et autres régimes de retraite	Pas divulguée
GRI 204-1	Part de dépenses auprès de fournisseurs locaux	Pas divulguée
<b>Thèmes environnementaux</b>		
GRI 301-2	Matières recyclées utilisées	Rapport ESG p. 35
GRI 301-3	Produits et matériaux d'emballage valorisés	Pas divulguée
GRI 302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	Rapport ESG p. 61, 72 👉 Nos données de consommation d'énergie sont soumises au CDP sur une base annuelle
GRI 302-2	Consommation énergétique en dehors de l'organisation	Pas divulguée
GRI 302-3	Intensité énergétique	Rapport ESG p. 61, 72 👉 Nos données de consommation d'énergie sont soumises au CDP sur une base annuelle
GRI 302-4	Réduction de la consommation énergétique	Rapport ESG p. 61, 72
GRI 303-1	Interactions avec l'eau en tant que ressource partagée	Rapport ESG p. 26-30, 60
GRI 303-2	Gestion des impacts liés au rejet d'eau	Rapport ESG p. 26-30 👉 Nos données relatives à l'eau sont soumises au CDP sur une base annuelle
GRI 303-3	Prélèvement d'eau	Rapport ESG p. 29 [% par source] 👉 Nos données relatives à l'eau sont soumises au CDP sur une base annuelle
GRI 303-4	Rejet d'eau	👉 Nos données relatives à l'eau sont soumises au CDP sur une base annuelle

Numéro de référence	Nom de référence	Source
GRI 303-5	Consommation d'eau	Rapport ESG p. 60, 72  Nos données relatives à l'eau sont soumises au CDP sur une base annuelle
GRI 304-2	Impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité	Rapport ESG p. 28, 31-34, 68
GRI 305-1	Émissions directes de GES (scope 1)	Rapport ESG p. 23, 72, 92 Rapport annuel p. 7 (information uniquement par culture)  Nos données relatives au climat sont soumises au CDP sur une base annuelle
GRI 305-2	Émissions indirectes de GES (scope 2)	Rapport ESG p. 23, 72, 92
GRI 305-3	Autres émissions indirectes de GES (scope 3)	Rapport ESG p. 23, 72, 92
GRI 305-4	Intensité des émissions de GES	Rapport annuel p. 42 Rapport ESG p. 72, 92
GRI 305-5	Réduction des émissions de GES	Rapport ESG p. 21-25, 61, 92
GRI 306-1	Production de déchets et impacts significatifs liés aux déchets	Rapport ESG p. 35-37, 63
GRI 306-2	Gestion des impacts significatifs liés aux déchets	Rapport ESG p. 35-37, 63
GRI 306-4	Déchets détournés de l'élimination	Rapport ESG p. 35, 63 (en %)
GRI 308-2	Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Rapport annuel p. 21-22
<b>Thèmes sociaux</b>		
GRI 403-1	Système de management de la santé et de la sécurité au travail	Rapport ESG p. 42
GRI 403-3	Services de santé au travail	Rapport ESG p. 42
GRI 403-4	Participation et consultation des travailleurs et communication relative à la santé et à la sécurité au travail	Rapport ESG p. 42-43
GRI 403-5	Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail	Rapport ESG p. 42
GRI 403-6	Promotion de la santé des travailleurs	Rapport ESG p. 42-43
GRI 403-7	Prévention et réduction des impacts sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations d'affaires	Rapport ESG p. 42-43
GRI 403-9	Accidents du travail	Rapport ESG p. 42
GRI 404-2	Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition	Rapport ESG p. 48-49

Numéro de référence	Nom de référence	Source
GRI 405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	Rapport ESG p. 47-49 Rapport annuel p. 50  Politique de diversité et d'inclusion  Site web diversité et inclusion
GRI 405-2	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes	Rapport ESG p. 49
GRI 407-1	Opérations et fournisseurs pour lesquels le droit de liberté syndicale et de négociation collective peut être en péril	 Politique en matière de droits de l'homme
GRI 408-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif lié au travail des enfants	 Politique en matière de droits de l'homme  Politique mondiale de sourcing responsable
GRI 409-1	Opérations et fournisseurs présentant un risque significatif de travail forcé ou obligatoire	 Politique en matière de droits de l'homme
GRI 412-1	Opérations ayant été soumises à des contrôles du respect des droits de l'homme ou des évaluations des impacts	Rapport ESG p. 40 (pas au niveau opérationnel)  Toutes nos activités doivent adhérer à la politique relative aux droits de l'homme
GRI 412-2	Formation des employés sur les politiques ou procédures relatives aux droits de l'homme	Rapport ESG p. 40  Une politique relative aux droits de l'homme est reprise dans notre Code mondial de conduite professionnelle, sur lequel nous formons nos collaborateurs
GRI 412-3	Accords et contrats d'investissement importants incluant des clauses relatives aux droits de l'homme ou soumis à une vérification des antécédents en matière de respect des droits de l'homme	Rapport ESG p. 41, 63
GRI 413-1	Activités impliquant la communauté locale, évaluation des impacts et programmes de développement	Rapport ESG p. 28, 30, 44-46 (pas au niveau opérationnel)
GRI 414-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux	Nos contrats d'achat contiennent une clause qui lie les fournisseurs à notre politique mondiale de sourcing responsable. Nos contrats stipulent que les fournisseurs doivent respecter toutes les lois applicables, y compris les règles en matière d'environnement, de santé et de sécurité, et qu'ils ne doivent pas recourir au travail forcé ou involontaire ou à des pratiques commerciales corrompues.  Politique mondiale de sourcing responsable  Fournisseurs et durabilité
GRI 416-1	Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité	Rapport ESG p. 12-20
GRI 417-1	Exigences relatives à l'information sur les produits et services et l'étiquetage	Rapport ESG p. 13, 16

## Table 1. Mesures comptables et sujets de divulgation relatifs au développement durable

Sujet	Mesure comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données (en millions)	Référence
Gestion de l'énergie	① Énergie totale consommée ② Pourcentage en électricité du réseau ③ Pourcentage en énergie renouvelable	Quantitatif	Gigajoules (GJ), Pourcentage (%)	FB-AB-130a.1	① Nombre total de GJ d'énergie (en millions) 58,8 ② Nombre total de GJ d'énergie achetés (en millions) 56,4 ③ 39,9% d'électricité renouvelable - opérationnelle : 39,9% % d'électricité renouvelable - Contractuelle : 81,4%	Rapport ESG p. 21, 72
	① Total d'eau prélevée ② Total d'eau consommée, pourcentage de chaque total dans les régions au stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé	Quantitatif	Pourcentage [%), Milliard d'hl	FB-AB-140a.1	① Prise d'eau de la brasserie par source : Eau souterraine (41,0%), Eau de surface (17,4%), Tiers (41,6%), Eau de pluie : (<0,1%) ② Consommation totale d'eau (milliard d'hl) : 1,599 Consommation d'eau par hectolitre produit (hl/hl) : 2,66	Rapport ESG p. 29, 60, 72, 82
Gestion de l'eau	Description des risques liés à la gestion de l'eau et discussion des stratégies et pratiques visant à atténuer ces risques	Discussion et analyse	N/A	FB-AB-140a.2	100% des sites situés dans des zones sensibles ont analysé les problèmes d'eau locaux. 83% des sites situés dans des zones sensibles ont commencé à mettre en œuvre des solutions. 3 sites situés dans des zones sensibles ont commencé à observer un impact tangible Pour 100% de nos communautés situées dans des zones sensibles, la disponibilité et la qualité de l'eau seront considérablement améliorées d'ici 2025 Rapport d'efficacité de la consommation d'eau : 2,66 [hl/hl]	Rapport ESG p. 26-30, 60
Consommation responsable et marketing	Pourcentage des impressions publicitaires totales pour les personnes en âge légal de consommation d'alcool	Quantitatif	Pourcentage (%)	FB-AB-270a.1	Toutes les impressions publicitaires ciblent les personnes ayant l'âge légal de consommation. 👉 Code de marketing et de communication	
	Nombre d'incidents de non-conformité aux codes de commercialisation et/ou d'étiquetage de l'industrie ou de la réglementation	Quantitatif	Nombre	FB-AB-270a.2	Nous respectons les obligations d'étiquetage sur tous les marchés où nous opérons. Lorsqu'il n'y a pas encore d'étiquetage imposé par le gouvernement et lorsque la réglementation locale l'autorise, nous visons à inclure une étiquette informative dans 100% du volume de bière éligible d'ici à 2021. Fin 2021, 100% de notre volume de bière éligible comportait une étiquette informative apposée volontairement. Rapport ESG p. 16	
	Montant total des pertes financières à la suite de procédures judiciaires associées à des pratiques de commercialisation et/ou d'étiquetage	Quantitatif	Devise de reporting	FB-AB-270a.3	N/A	
	Description des efforts visant à promouvoir la consommation responsable d'alcool	Discussion et analyse	N/A	FB-AB-270a.4	Lancement de 98 campagnes de marketing des normes sociales Plus de 450 millions d'USD investis dans les programmes et les campagnes de marketing des normes sociales depuis 2016.* Un minimum de 3% du budget annuel d'achat d'espaces publicitaires d'AB InBev doit être investi dans les campagnes de consommation réfléchie. 👉 Notre code de Marketing et de Communication responsables Membre de l'International Alliance for Responsible Drinking (IARD). Partenariat avec IARD et Google. Partenariat avec IARD et la World Federation of Advertisers.	Rapport ESG p. 12-20

\*Les investissements de 2016 à 2019, s'élevant à 255,31 millions d'USD, ont été examinés et validés via des processus d'assurance antérieurs. La contribution d'investissement restante sera assurée en 2022.

Sujet	Mesure comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données (en millions)	Référence
Gestion du cycle de vie de l'emballage	① Poids total des emballages ② Pourcentage d'emballages composés de matières recyclées et/ou renouvelables ③ Pourcentage d'emballages recyclables, réutilisables et/ou compostables	Quantitatif	Tonnes métriques (t), Pourcentage (%)	FB-AB-410a.1	① N/A ② % de contenu recyclé dans les emballages primaires : Verre : 43,8%, Canettes : 55,6%, PET : 20,0% ③ Emballages consignés : 36,4%. 74,5% de nos produits étaient conditionnés dans un emballage consigné (fûts et bouteilles en verre consignés) ou en contenu majoritairement recyclé (portefeuille de canettes avec plus de 50% de contenu recyclé)	Rapport ESG p. 35, 62, 72
	Discussion sur les stratégies de réduction des répercussions environnementales des emballages au cours de leur cycle de vie	Discussion et analyse	N/A	FB-AB-410a.2	100% de nos produits seront conditionnés dans des emballages consignés ou à contenu majoritairement recyclé d'ici 2025. Notre objectif en matière d'emballage concerne nos emballages primaires, qui représentent plus de 83% de notre volume d'emballage total en poids au niveau mondial, bien que nos travaux en matière de circularité s'étendent aux emballages secondaires et aux déchets post-consommation.	Rapport ESG p. 35-37, 62
Impacts environnementaux et sociaux de la chaîne d'approvisionnement des composants	Audit de responsabilité sociale et environnementale des fournisseurs ① Taux de non-conformité ② taux de mesures correctives associé pour les (a) non-conformités majeures et les (b) non-conformités mineures	Quantitatif	Taux	FB-AB-430a.1	① N/A ② N/A Modèle de diligence raisonnable en matière de droits de l'homme, politique ne matière de droits de l'homme et politique de sourcing responsable, fondés sur les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme.	
Approvisionnement en composants	Pourcentage d'ingrédients de boissons provenant de régions au stress hydrique de référence élevé ou extrêmement élevé	Quantitatif	Pourcentage (%) par coût	FB-AB-440a.1	N/A	
	Liste des ingrédients de boissons prioritaires et description des risques d'approvisionnement dus à des considérations environnementales et sociales	Discussion et analyse	n/a	FB-AB-440a.2	Nos cultures prioritaires comprennent l'orge, le riz, le houblon, le maïs, le sorgho et le manioc. Les considérations sociales et environnementales relatives à ces chaînes d'approvisionnement sont abordées dans les sections agriculture durable et TCFD de ce rapport.	Rapport ESG p. 32-34, 91

## Table 2. Mesures d'activité

Mesure d'activité	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence
Volume de produits vendus	Quantitatif	Millions d'hectolitres (Mhl)	FB-AB-000.A	581,7	Rapport annuel p. 6
Nombre d'installations de production	Quantitatif	Nombre	FB-AB-000.B	<ul style="list-style-type: none"> <li>Près de 200 brasseries dans plus de 50 pays</li> <li>Près de 40 opérations verticalisées (y compris les fermes de houblon et les installations de maltage d'orge)</li> </ul>	Rapport ESG p. 6 ; Rapport annuel p. 6
Nombre total de kilomètres parcourus par la flotte	Quantitatif	Miles	FB-AB-000.C	N/A	N/A

# ODD de l'ONU

GRI : 102-12

Nous sommes convaincus que l'Agenda des Nations Unies pour le développement durable à l'horizon 2030 et les 17 objectifs de développement durable sont la marche à suivre pour parvenir à un avenir durable. Nous soutenons leur progression. Nous contribuons directement à une majorité ODD de l'ONU par le biais d'initiatives et d'engagement de développement durable à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur.

ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
	1.4	D'ici à 2030, faire en sorte que tous les hommes et les femmes, en particulier les pauvres et les personnes vulnérables, aient les mêmes droits aux ressources économiques et qu'ils aient accès aux services de base, à la propriété et au contrôle des terres et à d'autres formes de propriété, à l'héritage et aux ressources naturelles et à des nouvelles technologies et des services financiers adéquats, y compris la microfinance.	Agriculture durable Emballage circulaire Éthique et transparence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en œuvre une formation professionnelle et améliorer l'accès au financement, à l'assurance et à la technologie pour les petits exploitants agricoles, les récupérateurs de déchets informels et les petits détaillants de notre chaîne de valeur.</li> <li>Réalisation de recherches sur le revenu de subsistance dans la chaîne d'approvisionnement des petits exploitants en Ouganda afin d'informer les initiatives du programme</li> <li>Collaboration avec les producteurs et les communautés dans les bassins versants sensibles pour accroître la résilience de l'eau</li> </ul>	Rapport ESG p. 31-46
	1.5	D'ici à 2030, renforcer la résilience des pauvres et des personnes en situation vulnérable et réduire leur exposition et leur vulnérabilité aux phénomènes climatiques extrêmes et à d'autres chocs et catastrophes d'ordre économique, social ou environnemental.	Entrepreneuriat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investir dans la recherche et la vulgarisation pour accroître la résilience des producteurs par l'adoption de pratiques agricoles durables et de variétés de cultures améliorées</li> <li>Début de la mise en œuvre de notre cadre d'impact dans les chaînes d'approvisionnement de recyclage au Brésil et au Mexique qui collaborent avec des récupérateurs de déchets informels afin d'identifier et de résoudre les problèmes potentiels rencontrés</li> <li>100+ Accelerator : mise en œuvre, avec Litro de Luz, de l'installation de 50 lampadaires solaires pour les producteurs en Équateur</li> </ul>	
	2.3	D'ici à 2030, doubler la productivité agricole et les revenus des petits producteurs alimentaires, en particulier les femmes, les autochtones, les exploitants familiaux, les éleveurs et les pêcheurs, y compris en assurant l'égalité d'accès aux terres, aux autres ressources productives et intrants, au savoir, aux services financiers, aux marchés et aux possibilités d'ajout de valeur et d'emploi autres qu'agricoles		<ul style="list-style-type: none"> <li>Collaboration avec plus de 22 000 producteurs par le biais de nos programmes de sourcing direct, dont plus de 16 500 sont des petits exploitants.</li> <li>En 2021, 74% des producteurs directs étaient qualifiés, 65% étaient connectés et 69% étaient indépendants financièrement</li> </ul>	Rapport ESG p. 31-34
	2.4	D'ici à 2030, assurer la viabilité des systèmes de production alimentaire et mettre en œuvre des pratiques agricoles résilientes qui permettent d'accroître la productivité et la production, contribuent à la préservation des écosystèmes, renforcent les capacités d'adaptation aux changements climatiques, aux phénomènes météorologiques extrêmes, à la sécheresse, aux inondations et à d'autres catastrophes et améliorent progressivement la qualité des terres et des sols	Agriculture durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en œuvre d'un cadre dans les régions d'approvisionnement direct pour promouvoir un ensemble de pratiques locales pertinentes, en reposant sur des initiatives existantes et en développant de nouvelles.</li> <li>Investir dans la technologie pour faire progresser la recherche sur les cultures et le développement des variétés d'orge ainsi que les cultures des petits exploitants comme le manioc et le sorgho</li> </ul>	
	2.5	Accroître, notamment dans le cadre du renforcement de la coopération internationale, l'investissement en faveur de l'infrastructure rurale, des services de recherche et de vulgarisation agricoles et de la mise au point de technologies et de banques de gènes de plantes et d'animaux d'élevage, afin de renforcer les capacités productives agricoles des pays en développement, en particulier des pays les moins avancés		<ul style="list-style-type: none"> <li>100+ Accelerator : mise en œuvre de pratiques agricoles régénératives sur 30 hectares de terres à Apan, au Mexique, avec Toroto et Verra ; expérimentation avec Soil Capital de crédits carbone pour les producteurs en France qui adoptent des pratiques agricoles régénératives.</li> </ul>	

ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
	3.5	Renforcer la prévention et le traitement de l'abus de substances psycho-actives, notamment de stupéfiants et d'alcool	Consommation réfléchie Sécurité routière	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 450 millions d'USD investis dans les programmes et campagnes de marketing des normes sociales depuis 2016*</li> <li>Lancement de plus de 98 campagnes de marketing des normes sociales depuis 2016</li> <li>100% de notre volume de bière éligible comportait une étiquette informative en 2021</li> <li>27 marchés ont appliqué les étiquettes informatives relatives à l'alcool en 2021</li> <li>6,63% de notre volume de bière mondial n'est pas ou peu alcoolisé</li> <li>82 marques NABLAB</li> <li>118 pays utilisent les formations relatives à la boîte à outils « pratiques de gestion pour des routes plus sûres » développées en partenariat avec UNITAR</li> <li>Partenariat étendu avec Together for Safer Roads pour améliorer la sécurité des opérateurs des flottes de véhicules de petite et de moyenne taille</li> <li>100+ Accelerator : mise en œuvre, en collaboration avec Litro de Luz, de l'installation de 60 lampadaires solaires à La Libertad, Jesus de Otoro et Marcala La Paz, au Honduras, en vue de réduire les accidents de la route</li> </ul>	Rapport ESG p. 12–20
	3.6	D'ici à 2020, diminuer de moitié à l'échelle mondiale le nombre de décès et de blessures dus à des accidents de la route			
	4.3	D'ici à 2030, faire en sorte que les femmes et les hommes aient tous accès dans des conditions d'égalité à un enseignement technique, professionnel ou tertiaire, y compris universitaire, de qualité et d'un coût abordable	Entrepreneuriat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en œuvre des programmes de formation pour les petits exploitants agricoles, les récupérateurs de déchets informels et les petits détaillants de notre chaîne de valeur, en mettant l'accent sur l'engagement et l'autonomisation des femmes</li> <li>Fournir une formation et des outils aux fournisseurs afin de mesurer et de suivre la décarbonisation dans l'ensemble de leurs chaînes d'approvisionnement par le biais de la plateforme Eclipse</li> <li>100+ Accelerator : membres de WeConnect International pour soutenir la formation des entreprises détenues par des femmes afin d'améliorer leurs activités dans l'Accelerator et dans notre chaîne de valeur au sens large</li> </ul>	Rapport ESG p. 44–46
	4.4	D'ici à 2030, augmenter considérablement le nombre de jeunes et d'adultes disposant des compétences, notamment techniques et professionnelles, nécessaires à l'emploi, à l'obtention d'un travail décent et à l'entrepreneuriat			
	4.5	D'ici à 2030, éliminer les inégalités entre les sexes dans le domaine de l'éducation et assurer l'égalité d'accès des personnes vulnérables, y compris les personnes handicapées, les autochtones et les enfants en situation vulnérable, à tous les niveaux d'enseignement et de formation professionnelle			
	4.7	D'ici à 2030, faire en sorte que tous les élèves acquièrent les connaissances et compétences nécessaires pour promouvoir le développement durable, notamment par l'éducation en faveur du développement et de modes de vie durables, des droits de l'homme, de l'égalité des sexes, de la promotion d'une culture de paix et de non-violence, de la citoyenneté mondiale et de l'appréciation de la diversité culturelle et de la contribution de la culture au développement durable			

\*Les investissements de 2016 à 2019, s'élevant à 255,31 millions d'USD, ont été examinés et validés via des processus d'assurance antérieurs. La contribution d'investissement restante sera assurée en 2022.

ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
	5.1	Mettre fin, dans le monde entier, à toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes et des filles.	Agriculture durable Emballage circulaire Entrepreneuriat Diversité et inclusion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuer à embaucher, à développer et à promouvoir les femmes dans l'ensemble de notre organisation, les femmes représentant 14% de nos trois principaux niveaux de direction, 26% de nos cinq principaux niveaux de direction, 34% de notre effectif salarié et 21% de notre effectif total.</li> </ul>	Rapport ESG p. 31–37, 44–49
	5.5	Garantir la participation entière et effective des femmes et leur accès en toute égalité aux fonctions de direction à tous les niveaux de décision, dans la vie politique, économique et publique		<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement des tableaux de bord de diversité et d'inclusion individuels pour tous les membres de l'équipe de haute direction et les collègues occupant des postes à responsabilité pour suivre les progrès et assurer la transparence au sein de leurs équipes</li> <li>Lancement de la deuxième cohorte du programme Women's Leadership, en investissant dans 50 leaders féminines par le biais d'un programme immersif et personnalisé</li> </ul>	
	5.b	Renforcer l'utilisation des technologies clefs, en particulier l'informatique et les communications, pour promouvoir l'autonomisation des femmes		<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement de partenariats et de programmes pour autonomiser les détaillantes, productrices, récupératrices de déchets et fournisseurs féminines à travers notre chaîne de valeur</li> <li>100+ Accelerator : partenariat avec One Young World pour parrainer l'ODD 5 dans le cadre de l'initiative Lead2030 ; partenariat avec le Female Founders Alliance pour accroître notre réserve de start-ups fondées par des femmes et de fournisseurs féminines</li> </ul>	
	6.1	D'ici à 2030, assurer l'accès universel et équitable à l'eau potable, à un coût abordable	Gestion de l'eau	<ul style="list-style-type: none"> <li>Engagement des parties prenantes locales à identifier et à mettre en œuvre des solutions adaptées pour améliorer la qualité et l'accès à l'eau dans nos communautés en situation de stress hydrique : 100% des sites situés dans des zones sensibles ont analysé les problèmes d'eau locaux, 83% des sites situés dans des zones sensibles ont commencé à mettre en œuvre des solutions, et 3 sites situés dans des zones sensibles observent un impact.</li> </ul>	Rapport ESG p. 26–30
	6.2	D'ici à 2030, assurer l'accès de tous, dans des conditions équitables, à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats et mettre fin à la défécation en plein air, en accordant une attention particulière aux besoins des femmes et des filles et des personnes en situation vulnérable		<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet Aguas Firmes au Mexique : soutien aux producteurs en matière de micro-irrigation et de pratiques agricoles de conservation, et mise en œuvre de solutions basées sur la nature</li> </ul>	
	6.3	D'ici à 2030, améliorer la qualité de l'eau en réduisant la pollution, en éliminant l'immersion de déchets et en réduisant au minimum les émissions de produits chimiques et de matières dangereuses, en diminuant de moitié la proportion d'eaux usées non traitées et en augmentant considérablement à l'échelle mondiale le recyclage et la réutilisation sans danger de l'eau		<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet Amunas au Pérou : priorité accordée à l'amélioration de l'accès à l'eau par le biais de la restauration de canaux ancestraux et le renforcement des capacités de gestion de l'eau des communautés rurales</li> </ul>	
	6.4	D'ici à 2030, augmenter considérablement l'utilisation rationnelle des ressources en eau dans tous les secteurs et garantir la viabilité des retraits et de l'approvisionnement en eau douce afin de tenir compte de la pénurie d'eau et de réduire nettement le nombre de personnes qui souffrent de la pénurie d'eau		<ul style="list-style-type: none"> <li>Identification et mise en œuvre de solutions visant à améliorer l'efficacité opérationnelle de la consommation d'eau par le biais d'un système de gestion interne et des initiatives d'innovation</li> <li>Obtention d'un rapport d'efficacité de la consommation d'eau de 2,66 hl/hl, une amélioration de 13,91% depuis 2017</li> </ul>	
	6.5	D'ici à 2030, mettre en œuvre une gestion intégrée des ressources en eau à tous les niveaux, y compris au moyen de la coopération transfrontière selon qu'il convient		<ul style="list-style-type: none"> <li>Poursuite du partenariat avec Stella Artois et Water.org contribuant à fournir un accès à l'eau potable à 3,6 millions de personnes dans les pays en développement depuis 2015</li> </ul>	
	6.6	D'ici à 2020, protéger et restaurer les écosystèmes liés à l'eau, notamment les montagnes, les forêts, les zones humides, les rivières, les aquifères et les lacs		<ul style="list-style-type: none"> <li>Publication du guide avec TNC intitulé <i>Mesure et évaluation de l'impact des projets de bassins versants des entreprises</i> pour aider les professionnels à développer des plans de mesure et d'évaluation solides pour les projets de bassins versants</li> </ul>	
	6.A	D'ici à 2030, développer la coopération internationale et l'appui au renforcement des capacités des pays en développement en ce qui concerne les activités et programmes relatifs à l'eau et à l'assainissement, y compris la collecte de l'eau, la désalinisation, l'utilisation rationnelle de l'eau, le traitement des eaux usées, le recyclage et les techniques de réutilisation		<ul style="list-style-type: none"> <li>Publication, en collaboration avec le WWF, du rapport intitulé <i>Waterways to Resilience</i>, démontrant la façon dans les solutions basées sur la nature peuvent contribuer à répondre aux problèmes d'eau et à soutenir l'adaptation climatique</li> </ul>	
	6.b	Appuyer et renforcer la participation de la population locale à l'amélioration de la gestion de l'eau et de l'assainissement		<ul style="list-style-type: none"> <li>100+ Accelerator : installation de toilettes sèches sans chasse d'eau qui font s'évaporer 90% de nos déchets en Zambie avec Change Water Labs et Live Clean Zambia ; mise en œuvre de solutions basées sur la nature pour le traitement des eaux usées en eau non potable en Bolivie avec Ayala</li> </ul>	

ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
	7.1	D'ici à 2030, garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables et modernes, à un coût abordable	Climat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 39,9% d'électricité renouvelable opérationnelle</li> <li>• 81,4% d'électricité renouvelable contractuelle</li> </ul>	Rapport ESG p. 21-25
	7.2	D'ici à 2030, accroître nettement la part de l'énergie renouvelable dans le bouquet énergétique mondial		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduction de l'énergie achetée de 4,7% depuis 2018</li> <li>• Les opérations aux États-Unis fonctionnent entièrement à l'électricité renouvelable</li> </ul>	
	7.3	D'ici à 2030, multiplier par deux le taux mondial d'amélioration de l'efficacité énergétique		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonce que nous fournirons de l'électricité renouvelable aux détaillants du Brésil et donnerons accès aux options d'électricité renouvelable aux détaillants en Irlande</li> </ul>	
	7.b	D'ici à 2030, développer l'infrastructure et améliorer la technologie afin d'approvisionner en services énergétiques modernes et durables tous les habitants des pays en développement, en particulier des pays les moins avancés, des petits États insulaires en développement et des pays en développement sans littoral, dans le respect des programmes d'aide qui les concernent		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonce du lancement de projets d'énergie thermique renouvelable à la brasserie Magor (hydrogène) et à la brasserie Maputo (solaire)</li> <li>• 100+ Accelerator : installation de 114 kWp de panneaux solaires légers et flexibles à notre brasserie de Wuhan, en Chine, avec Sunman ; mise en œuvre de notre première installation solaire thermique au Mozambique avec Absolicon ; partenariat avec Coca Cola et Vchiller en vue de développer des réfrigérateurs permettant de réduire considérablement les émissions</li> </ul>	
	8.5	D'ici à 2030, parvenir au plein emploi productif et garantir à toutes les femmes et à tous les hommes, y compris les jeunes et les personnes handicapées, un travail décent et un salaire égal pour un travail de valeur égale	Éthique et transparence	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recrutement de 169 000 collègues dans le cadre de nos activités mondiales</li> <li>• Exécution de recherches sur le travail des enfants dans nos régions d'approvisionnement au Brésil, en Zambie et en Ouganda, et développement de plans d'action sur la base des résultats obtenus</li> </ul>	Rapport ESG p. 38-43
	8.7	Prendre des mesures immédiates et efficaces pour supprimer le travail forcé, mettre fin à l'esclavage moderne et à la traite d'êtres humains, interdire et éliminer les pires formes de travail des enfants, y compris le recrutement et l'utilisation d'enfants soldats et, d'ici à 2025, mettre fin au travail des enfants sous toutes ses formes		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuite du développement des processus relatifs aux droits de l'homme dans notre chaîne d'approvisionnement logistique brésilienne concernant les travailleurs migrants</li> <li>• Réduction du nombre d'accidents du travail avec arrêt (LTI) à 283 (2019 : 568)</li> </ul>	
	8.8	Défendre les droits des travailleurs, promouvoir la sécurité sur le lieu de travail et assurer la protection de tous les travailleurs, y compris les migrants, en particulier les femmes, et ceux qui ont un emploi précaire		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travail dans les zones sensibles en vue de réduire le risque d'agression violente en nous concentrant sur des efforts tels que le passage au cashless dans nos canaux de distribution de deuxième rang, la surveillance active de tous les véhicules dans les zones sensibles et la mise en œuvre d'une boîte à outils de prévention de la violence</li> <li>• Poursuite de l'exploration de la technologie pour renforcer et soutenir davantage une culture de la sécurité en pilotant la surveillance de la sécurité par l'IA pour détecter certains comportements de sécurité dans nos activités, en développant les technologies de prévention des collisions entre chariots élévateurs et piétons et en testant la détection de la fatigue des conducteurs de camions</li> </ul>	
	9.4	D'ici à 2030, moderniser l'infrastructure et adapter les industries afin de les rendre durables, par une utilisation plus rationnelle des ressources et un recours accru aux technologies et procédés industriels propres et respectueux de l'environnement, chaque pays agissant dans la mesure de ses moyens	Climat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5,13 kg CO<sub>2</sub>e /hl d'émissions de GES de scope 1 et 2 par hectolitre produit</li> <li>• 51,21 kg CO<sub>2</sub>e /hl d'émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par hectolitre produit</li> </ul>	Rapport ESG p. 21-25
	9.5	Renforcer la recherche scientifique, perfectionner les capacités technologiques des secteurs industriels de tous les pays, en particulier des pays en développement, notamment en encourageant l'innovation et en augmentant considérablement le nombre de personnes travaillant dans le secteur de la recherche et du développement pour 1 million d'habitants et en accroissant les dépenses publiques et privées consacrées à la recherche et au développement d'ici à 2030		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100+ Accelerator : mise en œuvre d'un traitement avancé des eaux usées pour une meilleure réutilisation de l'eau avec Cambrian Innovations dans une brasserie de Houston ; remise à neuf de batteries de véhicules électriques pour en faire des systèmes de stockage renouvelable à Foshan et Suqian</li> </ul>	

ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
	10.2	D'ici à 2030, autonomiser toutes les personnes et favoriser leur intégration sociale, économique et politique, indépendamment de leur âge, de leur sexe, de leurs handicaps, de leur race, de leur appartenance ethnique, de leurs origines, de leur religion ou de leur statut économique ou autre	Éthique et transparence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement d'une liste des risques liés aux droits de l'homme par l'intermédiaire de notre Human Rights Steering Committee nouvellement créé, qui fournit une évaluation des problèmes éventuels présents dans nos activités et notre chaîne de valeur</li> </ul>	Rapport ESG p. 38-43, 47-49
	10.3	Assurer l'égalité des chances et réduire l'inégalité des résultats, notamment en éliminant les lois, politiques et pratiques discriminatoires et en promouvant l'adoption de lois, politiques et mesures adéquates en la matière	Diversité et inclusion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réalisation de recherches sur le revenu de subsistance dans la chaîne d'approvisionnement des petits exploitants en Ouganda afin d'informer les initiatives du programme</li> <li>Formation de plus de 9 800 collègues à casser les préjugés pour l'évaluation de performance en ligne et formation de 2 475 leaders à la sécurité psychologique</li> </ul>	
	11.5	D'ici à 2030, réduire considérablement le nombre de personnes tuées et le nombre de personnes touchées par les catastrophes, y compris celles d'origine hydrique, et réduire considérablement le montant des pertes économiques qui sont dues directement à ces catastrophes exprimé en proportion du produit intérieur brut mondial, l'accent étant mis sur la protection des pauvres et des personnes en situation vulnérable	Climat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutien par des mesures d'intervention d'urgence dans 11 pays</li> <li>Fourniture de 2,3 millions de litres d'eau potable d'urgence</li> </ul>	Rapport ESG p. 21-25, 62, 91
	11.6	D'ici à 2030, réduire l'impact environnemental négatif des villes par habitant, y compris en accordant une attention particulière à la qualité de l'air et à la gestion, notamment municipale, des déchets	Gestion des déchets* Interventions d'urgence	<ul style="list-style-type: none"> <li>99,29% des déchets générés par nos processus de production de boissons ont été recyclés en 2021</li> <li>14% de l'ensemble de nos sites de boissons recyclent 100% des déchets générés, ce qui est considéré comme une production de déchets nulle</li> <li>69% de nos sites de production de boissons atteignent des taux de recyclage supérieurs à 99%</li> </ul>	
	12.2	D'ici à 2030, parvenir à une gestion durable et à une utilisation rationnelle des ressources naturelles		<ul style="list-style-type: none"> <li>36,4% du volume est consigné en emballage consigné</li> <li>55,6% de contenu recyclé dans les canettes</li> </ul>	Rapport ESG p. 21-25, 35-37
	12.5	D'ici à 2030, réduire considérablement la production de déchets par la prévention, la réduction, le recyclage et la réutilisation	Climat	<ul style="list-style-type: none"> <li>43,8% de contenu recyclé dans le verre</li> <li>20,0% de contenu recyclé dans le PET</li> <li>99,8% de l'ensemble de nos matériaux d'emballage sont recyclables</li> </ul>	
	12.6	Encourager les entreprises, en particulier les grandes et les transnationales, à adopter des pratiques viables et à intégrer dans les rapports qu'elles établissent des informations sur la viabilité	Emballage circulaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduction de &gt; 46,000 de tonnes d'emballages depuis 2018</li> <li>Fournir une formation et des outils aux fournisseurs afin de mesurer et de suivre la décarbonisation dans l'ensemble de leurs chaînes d'approvisionnement par le biais de la plateforme Eclipse</li> </ul>	
	12.a	Aider les pays en développement à se doter des moyens scientifiques et technologiques qui leur permettent de s'orienter vers des modes de consommation et de production plus durables		<ul style="list-style-type: none"> <li>100+ Accelerator : construction d'une usine à Dar al Saalam, en Tanzanie, avec Chanzi pour convertir 600MT/mois de déchets de la brasserie en 30MT d'aliments riches en protéines et à faible coût pour la volaille et l'aquaculture et 60 MT d'engrais ; test de la production d'algues dans des usines de traitement des eaux pour produire des protéines végétales à faible coût avec Arborea</li> </ul>	

\*Gestion des déchets : le pourcentage de recyclage est le rapport entre le volume de produits dérivés et de déchets recyclés en matériaux secondaires et le volume de production total de produits dérivés et de déchets dans une certaine période par unité.

ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
	13.1	Renforcer, dans tous les pays, la résilience et les capacités d'adaptation face aux aléas climatiques et aux catastrophes naturelles liées au climat	Climat Agriculture durable Emballage circulaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement de notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040</li> <li>Fixation d'objectifs fondés sur des données scientifiques conformément à la limite de 1,5 C</li> <li>Réduction de 28,63% des émissions de GES de scope 1 et 2 par rapport à la ligne de base 2017</li> <li>Réduction de 13,58% des émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par rapport à la ligne de base 2017</li> <li>Développement de plateforme Eclipse pour fournir un soutien en matière d'éducation et de formation aux fournisseurs pour qu'ils mettent en œuvre des initiatives de réduction des émissions et élaborent des innovations collaboratives</li> </ul>	Rapport ESG p. 21-25, 31-37
	13.3	Améliorer l'éducation, la sensibilisation et les capacités individuelles et institutionnelles en ce qui concerne l'adaptation aux changements climatiques, l'atténuation de leurs effets et la réduction de leur impact et les systèmes d'alerte rapide		<ul style="list-style-type: none"> <li>Annnonce de la location de 200 camions électriques en Colombie</li> <li>Obtention de la note A- pour le Climate disclosure du CDP</li> <li>Annnonce de 3 sites neutres en carbone, 2 au Brésil (Ponta Grossa et Passo Fundo) et 1 en Chine (Wuhan)</li> <li>Poursuite des investissements dans les recherches de variétés d'orge sur notre site de Fort Collins</li> <li>74% de nos producteurs directs sont qualifiés</li> </ul>	
	14.1	D'ici à 2025, prévenir et réduire nettement la pollution marine de tous types, en particulier celle résultant des activités terrestres, y compris les déchets en mer et la pollution par les nutriments	Emballage circulaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Notre marque mondiale Corona a poursuivi ses investissements dans des activités de réduction des déchets plastiques sur l'ensemble des marchés, y compris des nettoyages de plages, afin d'atteindre une empreinte plastique nette zéro.</li> <li>100+ Accelerator: expérimentation d'un emballage étirable qui se dissout entièrement dans l'eau avec Solutum ; mise en place de matériel de marketing commercial fabriqué à partir de plastique récupéré dans les océans avec Atando Cabos ; test d'un nouvel emballage biodégradable à base de drêches avec MiTerro</li> </ul>	Rapport ESG p. 35-37
	15.1	D'ici à 2020, garantir la préservation, la restauration et l'exploitation durable des écosystèmes terrestres et des écosystèmes d'eau douce et des services connexes, en particulier les forêts, les zones humides, les montagnes et les zones arides, conformément aux obligations découlant des accords internationaux		<ul style="list-style-type: none"> <li>Publication d'un rapport en collaboration avec le WWF intitulé <i>Waterways to Resilience : des solutions basées sur la nature pour soutenir l'adaptation en Afrique</i></li> <li>Partenariat avec The Nature Conservancy pour développer et mettre en œuvre un cadre pour la santé des sols dans nos régions d'approvisionnement direct</li> </ul>	Rapport ESG p. 26-34
	15.3	D'ici à 2030, lutter contre la désertification, restaurer les terres et sols dégradés, notamment les terres touchées par la désertification, la sécheresse et les inondations, et s'efforcer de parvenir à un monde sans dégradation des sols	Gestion de l'eau Agriculture durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement d'un partenariat avec le WWF et d'autres parties prenantes en Afrique du Sud pour procéder à l'élimination des espèces végétales envahissantes afin d'augmenter l'accès à l'eau et de protéger le bassin versant et la biodiversité dans la région de culture du houblon de George, en Afrique du Sud</li> </ul>	
	15.8	D'ici à 2020, prendre des mesures pour empêcher l'introduction d'espèces exotiques envahissantes, atténuer sensiblement les effets que ces espèces ont sur les écosystèmes terrestres et aquatiques et contrôler ou éradiquer les espèces prioritaires			
	16.5	Réduire nettement la corruption et la pratique des pots-de-vin sous toutes leurs formes	Éthique et transparence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement de nouvelles formations en ligne pour les collègues sur la lutte contre la corruption et le blanchiment d'argent</li> <li>Utilisation de notre plateforme d'analyse de données de conformité, BrewRIGHT pour regrouper, harmoniser et examiner les systèmes de l'entreprise pour identifier, détecter et prévenir la fraude et la corruption au sein de nos opérations</li> </ul>	Rapport ESG p. 38-43

 [En savoir plus sur nos pilotes 100+ Accelerator >](#)



ODD	Objectifs	Description de l'objectif	Priorité stratégique ESG d'ABI	Exemples de nos actions	Référence
17	17.16	Renforcer le partenariat mondial pour le développement durable, associé à des partenariats multipartites permettant de mobiliser et de partager des savoirs, des connaissances spécialisées, des technologies et des ressources financières, afin d'aider tous les pays, en particulier les pays en développement, à atteindre les objectifs de développement durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consommation réfléchie</li> <li>Climat</li> <li>Gestion de l'eau</li> <li>Agriculture durable</li> <li>Emballage circulaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Engagement dans des associations et groupes du secteur et des organisations multilatérales telles que :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- UNGC CFO Taskforce</li> <li>- UNGC Water Resilience Coalition</li> <li>- UNITAR</li> <li>- Together for Safer Roads (Ensemble pour des routes plus sûres)</li> <li>- Forum économique mondial (WEF)</li> </ul> </li> </ul>	Rapport ESG p.12-49
	17.17	Encourager et promouvoir les partenariats publics, les partenariats public-privé et les partenariats avec la société civile, en faisant fond sur l'expérience acquise et les stratégies de financement appliquées en la matière	<ul style="list-style-type: none"> <li>Éthique et transparence</li> <li>Entrepreneuriat</li> <li>Diversité et inclusion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement d'un partenariat avec Unilever, The Coca-Cola Company et Colgate-Palmolive pour piloter, partager les connaissances et développer des start-ups durables par le biais du 100+ Accelerator</li> <li>Développement de la plateforme Eclipse pour fournir un soutien en matière d'éducation et de formation aux fournisseurs pour qu'ils mettent en œuvre des initiatives de réduction des émissions et élaborent des innovations collaboratives</li> </ul>	

# Indice du Pacte mondial de l'ONU

GRI : 102-12

Nous nous engageons à respecter le Pacte mondial de l'ONU et ses dix principes pour un entreprise responsable et les ODD. Le tableau ci-dessous présente les références aux informations sur chaque principe.

Sujet	Principe du Pacte mondial des Nations Unies	Référence
<b>Droits de l'homme</b>	Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme	Rapport ESG p. 40-42
	Principe 2 : Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme	Rapport ESG p. 40-42
<b>Travail</b>	Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective	Rapport ESG p. 40-42
	Principe 4 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire	Rapport ESG p. 40-42
	Principe 5 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants	Rapport ESG p. 40-42
	Principe 6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession	Rapport ESG p. 40-42, 47-49
<b>Environnement</b>	Principe 7 : Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement	Rapport ESG p. 21-37, 72, 88-92
	Principe 8 : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement	Rapport ESG p. 21-37, 72
	Principe 9 : Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement	Rapport ESG p. 21-37
<b>Anti-corruption</b>	Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin	Rapport ESG p. 38-39

# TCFD

## GRI : 102-15

Notre compréhension développée des risques et opportunités potentiels liés au climat pour notre activité et notre chaîne de valeur continue de guider notre stratégie à long terme. Nous sommes convaincus que cela nous permet d'innover, de créer une valeur commune pour notre entreprise et nos parties prenantes, et d'impliquer nos consommateurs et nos futurs talents concernant les questions qui leur tiennent à cœur.

## Groupe de travail sur les informations financières relatives au climat

Notre recherche de transition vers une économie plus durable et sobre en carbone nous a poussé à examiner notre activité à l'aide des recommandations du Groupe de travail sur les informations financières relatives au climat (TCFD) pour évaluer et communiquer les risques et opportunités liés au changement climatique. Notre analyse évalue différents scénarios climatiques pour identifier les actions, les mesures et les objectifs connexes à travers divers horizons temporels.

Nous avons évalué les risques et les opportunités potentiels pour notre activité et notre réputation qui peuvent provenir des changements dans les politiques et les lois, des nouvelles technologies, de l'évolution du sentiment des consommateurs et des conditions du marché, ainsi que les risques physiques graves et chroniques. En outre, nous avons entrepris une analyse de nos sources d'approvisionnement en orge pour évaluer les impacts éventuels du changement climatique et identifier les zones à fort potentiel de production. Nous avons employé une approche multidimensionnelle pour notre analyse, en collaborant avec des universités, des ONG, des

institutions gouvernementales et des alliances dans le secteur pour comprendre les modèles climatiques et évaluer les risques futurs.

## Gouvernance

Veuillez vous reporter à la section Notre cadre de gouvernance ESG à la page 51 de ce rapport.

## Stratégie

En mars 2018, nous avons fixé nos objectifs de développement durable 2025, qui visent un objectif environnemental et social holistique dans les domaines les plus importants de notre chaîne de valeur : Agriculture intelligente, gestion de l'eau, emballage circulaire et action pour le climat. Par le biais de l'action pour le climat, nous développons la résilience climatique en nous engageant à passer à 100% d'électricité verte dans nos sites de production mondiaux et à réduire nos émissions de 25% dans toute notre chaîne de valeur.

En 2018, suite à la recommandation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, nous nous sommes engagés à réduire les émissions absolues de GES de Scopes 1 et 2 de 35% d'ici à 2025 par rapport à une année de référence 2017, conformément à la trajectoire visant à maintenir le réchauffement climatique à 1,5 degré Celsius. En outre, nous nous sommes engagés à faire passer l'approvisionnement annuel d'électricité verte de 7% en 2016 à 100% en 2025. Nous nous sommes également engagés à réduire les émissions sur l'ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) de 25% par boisson d'ici 2025, par rapport à l'année de référence 2017. Nous avons inclus plus de 87% de nos émissions totales de scope 3 dans notre objectif fondé sur des données scientifiques, ce qui nous place bien au-delà du seuil d'inclusion des deux tiers requis par la Science Based Targets initiative.

En décembre 2021, nous avons annoncé notre ambition d'atteindre la neutralité carbone à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici à 2040. Grâce cette ambition, nous visons à réduire les émissions absolues de GES, et notre stratégie est axée sur la réduction des émissions de scope 1 et 2 et des catégories d'émissions de scope 3 qui ont l'impact le plus important. Cela inclut bien plus de 90 % de nos émissions de scope 3 dans notre ambition d'atteindre la neutralité carbone :

- Biens et services achetés
- Transport en amont
- Émissions provenant de la consommation de carburant non incluses dans les Scopes 1 et 2
- Transport en aval
- Utilisation des produits vendus (refroidissement des produits)
- Fin de vie du produit
- Déchets

En 2021, près de 4,5% de nos émissions, soit environ 1,4 million de tonnes de CO<sub>2</sub>e, provenaient de la consommation d'électricité dans nos activités. Nous nous sommes engagés à réduire 100% de ces émissions en adoptant entièrement l'électricité renouvelable d'ici à 2025. Notre stratégie pour atteindre cet objectif repose sur l'ajout de capacités renouvelables supplémentaires aux réseaux des pays où nous opérons, en adoptant une approche pour chaque marché pour identifier les solutions pour chaque réseau individuel. En tant que membres de l'initiative mondiale d'entreprises pour l'énergie renouvelable RE100, nous suivons les directives de l'initiative, nos sources d'électricité renouvelables provenant de l'énergie solaire, éolienne, de la biomasse, du biogaz, de la géothermie et de l'eau. Nous suivons également les directives RE100 sur la production d'énergie, en tirant parti de l'énergie autoproduite par le biais d'installations sur site ou de contrats d'achat d'énergie hors site.

La logistique, y compris la distribution en amont et en aval, représentait environ 9,4% de nos émissions mondiales de GES en 2021. Ces émissions proviennent de la combustion d'essence, de diesel et d'autres carburants dans toutes les formes de transport, y compris les camions, les navires et les trains. Dans le cadre de notre engagement à réduire nos émissions de GES de 25% par hectolitre à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici à 2025 par rapport à l'année de référence 2017, nous réduisons nos émissions liées à la logistique et au transport par le biais d'initiatives telles que l'optimisation des itinéraires et l'utilisation de véhicules à carburant alternatif, ce dernier point ayant été mis à l'essai dans toutes nos zones.

Grâce au plan stratégique de notre objectif d'action pour le climat 2025, nous estimons que nous éliminerons plus de cinq millions de tonnes de CO<sub>2</sub>e sur l'ensemble de notre chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) d'ici à 2025 par rapport à la ligne de base 2017.

## Risque et impact liés au climat

Nous évaluons les risques de transition et les risques physiques liés au changement climatique conformément aux recommandations du TCFD. Les risques associés à notre organisation sont liés à la fois à nos activités directes et à notre chaîne d'approvisionnement, et s'étendent de l'impact de la tarification du carbone dans les régions où nous opérons, aux risques associés aux changements de modèle climatique, à la pénurie d'eau et aux événements météorologiques extrêmes dans notre chaîne de valeur. Nous prenons également en compte les risques liés aux changements au sein des marchés et aux attentes des consommateurs, ainsi que l'impact qu'ils pourraient avoir sur notre réputation en tant qu'entreprise.

Nous avons tenu compte de deux scénarios dans notre analyse, en utilisant les voies de concentration représentatives (RCP)

recommandées par le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) : ① un avenir durable dans lequel le réchauffement climatique est limité à bien moins de 2 degrés Celsius au-dessus des niveaux préindustriels (RCP 2.6 : représentant un alignement rapide sur l'Accord de Paris) et ② un scénario extrême dans lequel le réchauffement climatique atteint 4 degrés Celsius (RCP 8.5 : représentant un échec des responsables politiques à mettre en œuvre l'Accord de Paris).

Notre évaluation montre que tous les scénarios analysés présentent des risques financiers liés à la fois à la transition et aux risques physiques. Les impacts les plus importants se reflètent dans notre chaîne d'approvisionnement agricole et dans certains risques physiques liés à l'accès à l'eau, qui sont décrits dans les conclusions ci-dessous.

## Explication de la méthodologie utilisée

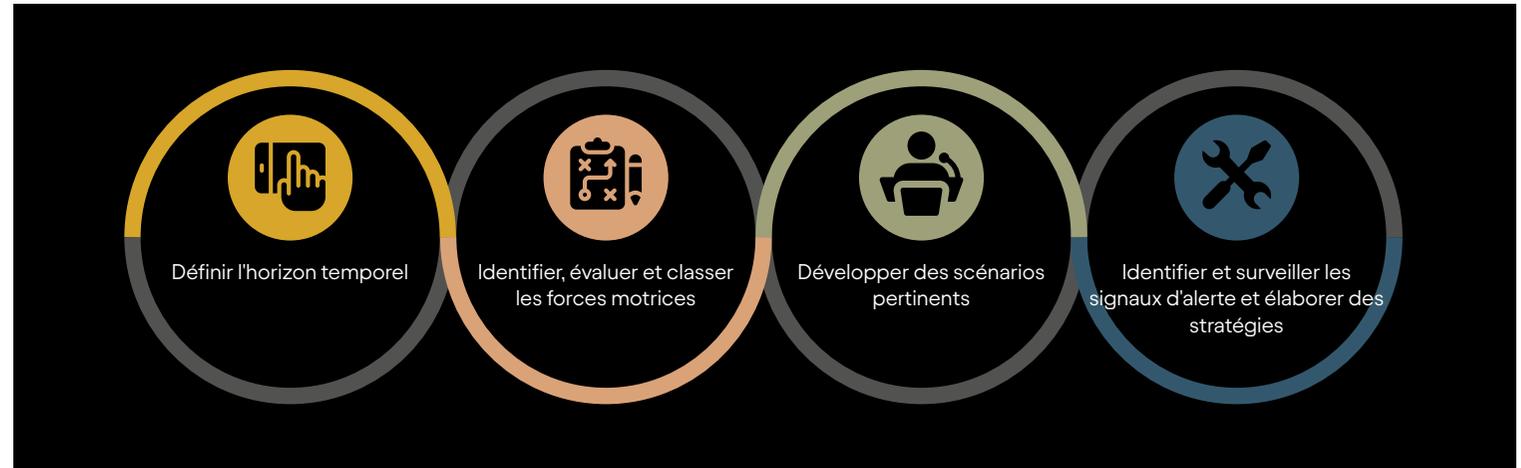
Notre analyse de scénario est basée sur une méthodologie qui cherche à identifier et à mesurer les risques et les opportunités liés au climat à l'aide d'un processus en 4 étapes :

### 1. Définir l'horizon temporel :

Afin d'évaluer les risques et les opportunités, nous fixons un horizon temporel comme suit :

- a. À court terme : 1 - 5 ans
- b. À moyen terme : 5 - 10 ans
- c. À long terme : 10 ans et plus

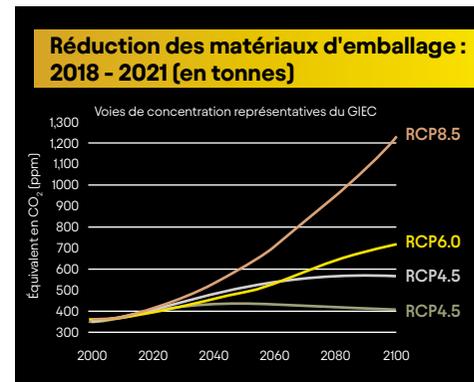
On suppose que les risques physiques sont les mêmes à court et à moyen terme. À long terme, les risques physiques sont différents dans chaque scénario analysé, car la probabilité d'événements météorologiques extrêmes augmente parallèlement à l'augmentation des températures. Ces risques sont difficiles à évaluer au-delà de 10 ans.



### 2. Identifier, évaluer et classer les forces motrices

En suivant les recommandations du cadre, nous avons évalué les risques associés à :

- a. La politique : politiques environnementales et considérations réglementaires dans le cadre desquelles notre organisation opère et les implications sur notre chaîne d'approvisionnement directe et indirecte
- b. La technologie : risques et opportunités liés au développement, à la fabrication et la production des produits
- c. L'évolution du marché : changements sociaux liés aux préférences des consommateurs et à l'évolution de la démographie et des choix de vie
- d. La réputation : changement des préférences des consommateurs ou des communautés liées à la manière dont l'entreprise répond à l'impact climatique
- e. L'écologie : risques associés aux risques physiques graves et chroniques, y compris les événements météorologiques extrêmes et/ou la pénurie d'eau dans nos activités et notre chaîne d'approvisionnement



### 3. Développer des scénarios pertinents :

Scénarios pertinents : Les risques et opportunités décrits ci-dessus ont été examinés dans le cadre de deux scénarios, en tenant compte des implications à long, moyen et court terme [définis ci-dessus]. Ces deux scénarios ont été élaborés par le GIEC et prennent en considération d'autres analyses de groupes tels que le World Resources Institute (WRI) et l'Agence internationale de l'énergie (AIE).

### Scénario 1 : Développement durable

Voies de concentration représentative (RCP) 2. 6 Scénario Développement durable (SDS)

Pic du forçage radiatif avant 2100 (490 ppm CO<sub>2</sub>) puis déclin (2,6 W/m<sup>2</sup>). Associé au SSP1 : Évolution rapide des technologies, forte sensibilisation à l'environnement, faible consommation d'énergie, forte croissance économique et faible croissance démographique.

### Scénario 2 : « Business as Usual » (activités inchangées)

RCP 8.5 « Business as Usual » (BAU) – basé sur les combustibles fossiles

Hausse des forces radiatives conduisant à 8,5 W/m<sup>2</sup> ou 1370 ppm CO<sub>2</sub> d'ici à 2100.

Associé au SSP5 : Technologie rapide pour les combustibles fossiles, forte demande énergétique, forte croissance économique, faible croissance démographique.

### 4. Identifier et surveiller les signaux d'alerte et élaborer des stratégies :

Le résultat de cette analyse a alimenté notre stratégie climatique telle que décrite dans ce rapport (pages 21-25).

## Résultats de l'analyse de scénario et notre réaction y afférente

Les tableaux suivants résument les résultats de notre analyse. Dans le scénario Développement durable (scénario 1), il existe des risques anticipés liés aux nouvelles politiques publiques, à l'évolution des préférences des consommateurs et aux perturbations du marché, bien que les risques physiques soient supposés être plus faibles dans ce scénario. Dans le scénario Business-as-Usual (scénario 2), les risques politiques pour l'entreprise sont supposés être limités à court et moyen terme, bien que la pénurie d'eau et la probabilité d'événements climatiques extrêmes dans ce scénario pourraient augmenter les risques physiques à long terme. Dans les deux scénarios, nous fournissons un aperçu global de nos réactions. Bien que les deux scénarios offrent des avenir potentiels divergents, nous avons la conviction que notre stratégie actuelle nous permettra de faire face aux risques et opportunités potentiels présentés dans chaque scénario.

### Risques identifiés par scénario et notre réaction y afférente

Type de risque	Catégorie	Scénario Développement durable	« Business as Usual » (activités inchangées)	Notre réaction
<b>Risques de transition</b>	Politique	Élevé  Dans ce scénario, les réglementations climatiques et les coûts de mise en conformité devraient s'accroître après 2025. Bien qu'aucun impact significatif ne soit identifié pour l'entreprise à court terme, nous sommes exposés aux implications des taxes sur les carburants et l'énergie pour notre énergie achetée à moyen et long terme.	Faible  Dans ce scénario, les réglementations climatiques ne devraient pas changer de manière significative. Aucun impact significatif n'est identifié pour l'entreprise car les principaux marchés ne devraient pas publier de réglementations beaucoup plus strictes dans ce scénario.	Les risques et opportunités réglementaires pertinents sont évalués au niveau de nos activités locales dans chaque pays où nous opérons. Cela permet d'éclairer les décisions stratégiques sur les investissements et les plans liés à la tarification du carbone.  Dans le cadre de notre objectif d'action pour le climat 2025, nous avons fixé un objectif fondé sur des données scientifiques de réduction de nos émissions de GES de 25% par boisson à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici à 2025 par rapport à l'année de référence 2017 et de réduction de nos émissions absolues des scopes 1 et 2 de 35% dans le même laps de temps. Nous sommes convaincus que cet objectif, associé à notre nouvelle ambition d'atteindre la neutralité carbone, peut contribuer à atténuer l'impact des éventuelles réglementations à venir en réduisant nos émissions directes. La réduction de nos émissions directes atténuera l'impact sur la réglementation émergente. Depuis 2017, nous avons réduit nos émissions absolues de Scope 1 et 2 de plus de 28%, ce qui nous place bien en avance sur notre objectif de 2025.
	Technologie	Faible  L'énergie thermique représente 75% de nos besoins énergétiques totaux. Dans ce scénario, l'adoption de technologies à faible émission de carbone est accrue pour répondre aux préférences des consommateurs, à la pression du marché et à l'évolution des réglementations.	Faible  Il n'y a pas d'impact prévu sur la technologie actuelle, car les pays poursuivront leurs activités de manière inchangée, sans pression accrue des marchés, de la demande des consommateurs ou de l'évolution des réglementations. Par conséquent, aucun risque majeur n'a été identifié.	Nous recherchons en permanence des possibilités d'améliorer l'efficacité thermique et de passer à des combustibles provenant de sources plus durables. Nous avons identifié des technologies dans ces domaines pour contribuer à réduire nos émissions opérationnelles à mesure que nous les mettons en œuvre sur nos sites dans le cadre de notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040 [pour plus d'informations, voir « Notre ambition d'atteindre la neutralité carbone »]. En outre, nous poursuivons également nos efforts en vue d'améliorer notre efficacité énergétique, avec la possibilité de réduire les coûts d'exploitation. Nous continuons à innover et à conclure des partenariats par le biais de notre 100+ Accelerator et de la plateforme de fournisseurs Eclipse afin d'identifier et de mettre en œuvre les technologies qui nous aideront à résoudre les défis actuels et futurs.
	Marché	Inconnu  Le comportement des consommateurs évolue et la demande de produits axés sur un objectif autre que commercial (purpose-driven) augmente, avec des préférences pour les produits à faible impact sur les émissions. Ceci est difficile à mesurer ou à modéliser.	Faible  Le comportement des consommateurs évolue et la demande de produits axés sur un objectif autre que commercial (purpose-driven) augmente. Dans ce scénario, cette tendance ne devrait pas s'accroître à moyen ou long terme.	Nous poursuivons nos investissements dans nos marques afin qu'elles soient bien positionnées pour répondre aux besoins changeants des consommateurs.
	Réputation	Moyens  La demande des consommateurs pour des produits plus durables augmentant et les réglementations devenant plus strictes, le risque pour la réputation devrait augmenter, bien qu'il soit difficile à quantifier.	Faible  Dans un scénario business-as-usual, les pays ne devraient pas se conformer à l'Accord de Paris. Toutefois, dans ce scénario, nous continuerions à atteindre notre objectif d'action pour le climat 2025, en devançant les attentes du marché.	Dans ce scénario, nous continuerions à atteindre notre objectif d'action pour le climat 2025. Au cours des quatre dernières années, nous avons réduit les émissions de nos activités de plus de 28% et nous avons réduit nos émissions de CO <sub>2</sub> de scopes 1, 2 et 3 de près de 13% par hectolitre. Bien que le risque pour la réputation soit difficile à mesurer, le fait d'avoir une ambition à long terme soutenue par des actions à court terme contribue à renforcer notre réputation auprès des parties prenantes mondiales et locales.

Type de risque	Catégorie	Scénario Développement durable	« Business as Usual » (activités inchangées)	Notre réaction
Risques physiques	Graves	<p>Moyens</p> <p><b>Activités directes :</b> Dans ce scénario, il y a potentiellement un risque réduit d'événements météorologiques extrêmes à long terme. Des conditions météorologiques extrêmes pourraient potentiellement avoir un impact sur les actifs, augmentant ainsi le coût du capital. Au fur et à mesure de notre croissance, nous évaluerons le risque physique associé aux régions opérationnelles existantes et nouvelles.</p> <p><b>Chaîne d'approvisionnement :</b> Le réchauffement de la planète implique la probabilité de la diminution des rendements de plusieurs cultures dans certaines zones géographiques où nous opérons. Notre produit dépend fortement de l'environnement naturel et, bien que nous ne prévoyions pas d'impact immédiat à court terme, les risques liés aux événements climatiques extrêmes pourraient potentiellement avoir un impact et perturber les chaînes d'approvisionnement agricoles à moyen et long terme, entraînant une augmentation des coûts de nos matériaux.</p>	<p>Élevé</p> <p><b>Activités directes :</b> Un scénario business-as-usual augmente l'exposition aux risques liés aux événements climatiques extrêmes. Néanmoins, la certitude de ces événements est difficile à mesurer. Des conditions météorologiques extrêmes pourraient potentiellement avoir un impact sur les actifs et les chaînes d'approvisionnement dans plusieurs pays du monde où le risque d'occurrence d'événements climatiques extrêmes est plus élevé lorsque les températures dépassent 2 degrés.</p> <p><b>Chaîne d'approvisionnement :</b> Aucun impact significatif n'est attendu pour l'entreprise à court terme. À moyen et long terme, il existe un risque potentiel de pressions importantes sur les matières premières en raison de la baisse de rendement de cultures telles que l'orge, le riz et le maïs dans certaines régions. Bien que nous ne prévoyions pas d'impact immédiat à court terme, de tels risques pourraient potentiellement avoir un impact et perturber les chaînes d'approvisionnement agricoles à moyen et long terme, entraînant une augmentation des coûts et de la complexité au sein de la chaîne d'approvisionnement.</p>	<p>Nous dépendons d'un approvisionnement fiable et de qualité en cultures agricoles pour développer nos produits. L'entreprise emploie des équipes de recherche en matière de cultures et d'agronomie et investit dans les technologies agricoles pour gérer les coûts des matières premières et minimiser les perturbations. Dans toutes les régions d'approvisionnement d'ABI, nous œuvrons au développement des variétés de cultures brassicoles à rendement plus élevé et de meilleure qualité, qui sont également économes en ressources, résistantes aux maladies et résilientes aux facteurs de stress climatiques tels que la sécheresse. En ce qui concerne l'orge en particulier, nous soutenons les producteurs à améliorer leurs pratiques de production grâce à des analyses et des informations qui leur permettent de prendre de meilleures décisions de gestion des cultures en fonction des saisons.</p>
	Chroniques	<p>Moyen</p> <p>Le risque lié à la disponibilité de l'eau devrait s'atténuer dans ce scénario. Néanmoins, on peut s'attendre à ce que le risque d'approvisionnement en eau au cours de la prochaine décennie se manifeste dans certaines régions où nous opérons.</p>	<p>Élevé</p> <p>Selon le World Resources Institute (WRI), le risque lié à la disponibilité de l'eau au cours de la prochaine décennie devrait augmenter et s'aggraver dans un scénario business-as-usual.</p>	<p>Nos activités locales entreprennent une analyse détaillée dans chaque pays dans lequel nous opérons afin d'évaluer les risques et les opportunités réglementaires pertinents. Cela permet d'éclairer les décisions stratégiques sur les investissements et les plans liés à la tarification du carbone.</p> <p>Dans le cadre de notre objectif d'action pour le climat 2025, nous avons fixé un objectif fondé sur des données scientifiques de réduction de nos émissions de GES de 25% par boisson à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici à 2025 par rapport à l'année de référence 2017 et de réduction de nos émissions absolues des scopes 1 et 2 de 35% dans le même laps de temps. Nous sommes convaincus que cet objectif, associé à notre nouvelle ambition d'atteindre la neutralité carbone, peut contribuer à atténuer l'impact des éventuelles réglementations à venir en réduisant nos émissions directes. La réduction de nos émissions directes atténuera l'impact sur la réglementation émergente. Depuis 2017, nous avons réduit nos émissions absolues de Scope 1 et 2 de plus de 28%, ce qui nous place bien en avance sur notre objectif de 2025.</p>

Nous reconnaissons l'importance de continuer à analyser les impacts potentiels liés au climat et d'intégrer davantage les résultats de ces analyses dans les processus décisionnels à mesure que notre entreprise évolue et que la science liée au climat progresse. En tant que premier brasseur mondial, nous nous engageons à œuvrer en faveur d'une économie à faible émission de carbone par le biais de nos objectifs de développement durable 2025, en tant que pionniers du brassage durable. Nous continuons à peaufiner notre analyse et notre réaction au fur et à mesure que notre compréhension des risques et opportunités climatiques potentiels évolue.

## Mesures et objectifs

Notre objectif action pour le climat 2025

Mesure	Objectif 2025	2021	2020	2019	2018	2017 (ligne de base)
Total des émissions de GES directes et indirectes (Scope 1 et 2 en millions de tonnes de CO <sub>2</sub> e)	4,02	4,41 <sup>Ⓐ</sup>	4,71 <sup>Ⓐ</sup>	5,36 <sup>Ⓐ</sup>	6,03 <sup>Ⓐ</sup>	6,18 <sup>Ⓐ</sup>
Total des émissions de GES directes et indirectes (Scope 1, 2 et 3 en millions de tonnes de CO <sub>2</sub> e)	N/A	30,94 <sup>Ⓐ</sup>	28,37 <sup>Ⓐ</sup>	31,8 <sup>Ⓐ</sup>	31,21	32,35
Émissions de GES de scope 1 et 2 par hectolitre produit (en kg CO <sub>2</sub> e/hl)	4,77	5,13 <sup>Ⓐ</sup>	6,50 <sup>Ⓐ</sup>	6,92 <sup>Ⓐ</sup>	8,04 <sup>Ⓐ</sup>	8,55 <sup>Ⓐ</sup>
Émissions de GES de scope 1, 2 et 3 par hectolitre produit (en kg CO <sub>2</sub> e/hl)	44,5	51,21 <sup>Ⓐ</sup>	53,13 <sup>Ⓐ</sup>	55,3 <sup>Ⓐ</sup>	57,0	59,4
Émissions de GES de scope 3 par hectolitre produit (en kg CO <sub>2</sub> e/hl)	39,7	43,91 <sup>Ⓐ</sup>	46,63	48,38	48,96	50,85
% d'électricité renouvelable (contractuelle)*	100%	81,4% <sup>Ⓐ</sup>	70,6% <sup>Ⓐ</sup>	61,3%	50%	--

Pour en savoir plus :

 **Notre ambition d'atteindre la neutralité carbone >**

 **Des entreprises aux objectifs fondés sur des données scientifiques qui agissent >**

### Ⓐ Indicateur revu

(veuillez-vous référer au Rapport d'assurance externe à la page 97)

- Nos objectifs et nos données incluses dans le tableau en matière d'émissions de GES par hectolitre produit concernent uniquement nos sites de production de boissons et n'incluent pas nos opérations verticales telles que les usines de malt et les usines de conditionnement.
- Les données des émissions de GES directes et indirectes totales concernent les sites de production de boissons et la plupart des opérations verticales, y compris les usines de malt et les usines de conditionnement.
- Pour toute information complémentaire sur le périmètre des KPI, veuillez vous référer à la section Périmètre du rapport à la page 95.
- Le scope 1 représente 67,7% de nos émissions opérationnelles et inclut l'équivalent CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>e) du carburant utilisé dans nos processus de fabrication et dans les usines de cogénération qui produisent de l'électricité sur place. Le scope 2 représente environ 32,3% et correspond aux émissions provenant de l'électricité achetée.
- Les émissions de scope 3 sont des émissions basées sur un mélange de chiffres fournis par les fournisseurs, de facteurs d'émissions globales et de suppositions concernant les biens et services achetés, la distribution en amont et en aval, le refroidissement de produits (y compris l'on trade et l'off trade mais à l'exclusion du refroidissement chez le consommateur) et la fin de vie du produit. Environ 50% des émissions sont calculées sur la base de nos propres données ou des données communiquées par les fournisseurs dans le cadre du CDP. Nous utilisons actuellement une approche hybride pour mesurer les données de scope 3, appuyée par un mélange de données fournies par les fournisseurs et de données disponibles dans le secteur. Nous espérons que notre ambition d'atteindre la neutralité carbone et les données justificatives puissent être révisées à mesure que les normes de mesure, la méthodologie de modélisation et le niveau de granularité des données s'améliorent au fil du temps.

\* L'électricité renouvelable est rapportée par deux indicateurs : l'électricité opérationnelle et l'électricité contractuelle. Notre stratégie primaire est de contribuer à financer de nouveaux projets de production d'électricité renouvelable, mais ces projets peuvent être longs à construire, c'est pourquoi nous pensons qu'il est important de rapporter ces deux indicateurs. L'indicateur électricité contractuelle répertorie les engagements que nous avons déjà pris en faveur de notre objectif de 100% d'électricité renouvelable, tandis que notre électricité opérationnelle mesure nos réalisations annuelles réelles.

# Mesures du capitalisme des parties prenantes du WEF

Cet indice fait référence aux mesures fondamentales du capitalisme des parties prenantes du WEF lorsqu'elles peuvent s'aligner sur nos informations.

Thème	Mesure fondamentale	Référence
<b>Objectif de gouvernance</b>	Fixation de l'objectif	Rapport annuel p. 8–9
<b>Qualité du Conseil d'administration</b>	Composition du Conseil d'administration	 Notre Conseil d'administration Déclaration de gouvernance d'entreprise du rapport annuel
<b>Engagement des parties prenantes</b>	Impact des questions importantes sur les parties prenantes	Rapport ESG p. 56-58
<b>Comportement éthique</b>	Anti-corruption	Rapport ESG p. 38–39  Politique mondiale anti-corruption
	Conseils et rapports protégés en matière d'éthique	Rapport ESG p. 38–39  Politique d'alerte mondiale
<b>Surveillance des risques et des opportunités</b>	Intégrer les risques et les opportunités dans le processus d'entreprise	Rapport ESG p. 88-92
<b>Changement climatique</b>	Émissions de gaz à effet de serre (GES)	Rapport ESG p. 21–25, 61, 72
	Mise en œuvre du TCFD	Rapport ESG p. 88-92
<b>Perte de la nature</b>	Utilisation des sols et sensibilité écologique	Rapport ESG p. 26–34, 68
<b>Disponibilité de l'eau potable</b>	Consommation d'eau et prélèvement d'eau dans les zones en situation de stress hydrique	Rapport ESG p. 26–30, 60, 72
<b>Dignité et égalité</b>	Diversité et inclusion	Rapport ESG p. 47–49, 55
	Égalité salariale	Rapport ESG p. 49
	Niveau salarial	Déclaration de gouvernance d'entreprise du rapport annuel
	Risques d'accidents liés au travail des enfants, au travail forcé ou au travail obligatoire	Rapport ESG p. 40–42  Politique mondiale en matière de droits de l'homme
<b>Santé et bien-être</b>	Santé et sécurité	Rapport ESG p. 42–43
<b>Compétences pour l'avenir</b>	Formation fournie	Rapport ESG p. 64–69
<b>Création de richesse et emploi</b>	Nombre et taux d'emploi	Rapport ESG p. 69
	Contribution économique	Rapport ESG p. 7
	Contribution aux investissements financiers	États financiers consolidés du rapport annuel financiers
<b>Innovation pour de meilleurs produits et services</b>	Dépenses en R&D	Rapport de gestion du rapport annuel
<b>Vitalité communautaire et sociale</b>	Investissements communautaires	Rapport ESG p. 7
	Total des impôts payés	Rapport de gestion du rapport annuel

# Taxinomie de l'UE

## Aperçu du règlement taxinomie de l'UE

Cette section contient les informations relatives à la taxinomie de l'UE requises en vertu de l'article 8 du règlement 2020/852 (le règlement taxinomie de l'UE). L'article 9 du règlement taxinomie de l'UE identifie les six objectifs environnementaux suivants :

- a) l'atténuation du changement climatique,
- b) l'adaptation au changement climatique,
- c) l'utilisation durable et la protection des ressources aquatiques et marines,
- d) la transition vers une économie circulaire,
- e) la prévention et la réduction de la pollution,
- f) la protection et la restauration de la biodiversité et des écosystèmes.

L'UE a publié un catalogue d'activités économiques qui peuvent être prises en compte pour les deux premiers objectifs environnementaux : l'atténuation du changement climatique et l'adaptation au changement climatique (le règlement délégué relatif au climat). Les secteurs couverts actuellement sont l'énergie, certaines activités de fabrication, les transports et les bâtiments.

Pour le reporting de 2021, seule la proposition d'activités économiques éligibles à la taxinomie en matière de chiffre d'affaires, de dépenses d'investissement (CapEx) et de dépenses d'exploitation (OpEx) doit être publiée. L'alignement à la taxinomie sera déterminé et publié au cours des exercices suivants.

## Application initiale du règlement taxinomie de l'UE

Les montants utilisés pour le calcul du chiffre d'affaires, les ratios CapEx et OpEx sont basés sur les données rapportées des états financiers consolidés repris dans le rapport annuel 2021 auquel le présent rapport est annexé.

Nous avons conclu que nos activités économiques fondamentales relatives à la production et à la vente de bières ne sont pas couvertes par l'acte délégué relatif au climat et ne sont actuellement pas considérées comme éligibles à la taxinomie. Comme aucune de nos activités qui génèrent des produits n'est décrite actuellement dans le règlement délégué relatif au climat, notre chiffre d'affaires éligible à la taxinomie pour 2021 est nul. Si et quand l'activité économique spécifique « fabrication de produits alimentaires et de boissons » est ajoutée au futur règlement délégué, nous espérons que nos KPI pour le chiffre d'affaires éligible à la Taxinomie augmente.

En outre, nous avons identifié les CapEx et OpEx éligibles à la taxinomie pour les types d'activités suivants :

- 1) production d'électricité à partir d'énergies renouvelables,
- 2) production/cogénération de système de chauffage/de refroidissement et d'énergie à partir d'énergies renouvelables,
- 3) construction, extension et renouvellement des installations d'eau et d'eaux usées,

- 4) installation, entretien et réparation d'équipement, de dispositifs et de technologies améliorant l'efficacité énergétique, et
- 5) location de véhicules à faibles/zéro émissions.

Comme ces activités ne sont pas directement liées à nos activités fondamentales qui génèrent des produits, nos ratios actuels de CapEx et OpEx éligibles à la taxinomie sont d'environ 1%<sup>1</sup> et 2%<sup>2</sup> respectivement à la fin de l'année 2021.

## Autres activités actuelles et perspectives quant à notre futur potentiel d'éligibilité à la taxinomie

Il faut noter que la « non-éligibilité » en vertu du règlement taxinomie de l'UE fait référence au fait que les activités actuelles restent en dehors du champ d'application des activités économiques pour lesquelles des critères d'examen techniques ont été élaborés en vertu du règlement délégué. À ce titre, il est pertinent de préciser que le chiffre d'affaires, les CapEx et les OpEx actuellement considérés comme non éligibles au titre du règlement taxinomie de l'UE ne doivent pas être interprétés comme une indication de notre performance dans la poursuite ou l'atteinte de nos objectifs de développement durable. En outre, nous espérons que ces KPI augmenteront à mesure que les quatre objectifs environnementaux restants seront ajoutés au règlement délégué et que des activités supplémentaires seront incluses dans les critères de tous les objectifs environnementaux.

Nous poursuivons l'exploration de moyens pour réduire nos émissions par le biais de notre stratégie commerciale et explorerons les investissements dans la décarbonisation de nos activités et de notre chaîne de valeur dans le cadre de notre objectif d'action pour le climat 2025 et de notre ambition d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2040. Nous poursuivons l'évaluation de nos activités éligibles à la taxinomie et alignées en tenant compte du cadre juridique évolutif du règlement taxinomie de l'UE et continuerons à intégrer davantage les exigences du cadre de la taxinomie de l'UE dans notre modèle commercial et nos politiques et procédures de reporting.

1. Le KPI CapEx est défini comme le CapEx éligible à la taxinomie (numérateur) divisé par notre CapEx total (dénominateur). Les CapEx totales comprennent les biens immobiliers, les actifs incorporels (à l'exclusion du goodwill) et les actifs comptabilisés, y compris les acquisitions résultant de regroupements d'entreprises. Notre CapEx total peut être rapproché des notes 13 et 15 de nos états financiers consolidés.

2. Le KPI OpEx est défini comme l'OpEx KPI éligible à la taxinomie (numérateur) divisé par notre OpEx total (dénominateur). Les OpEx totales comprennent les coûts directs non capitalisés liés à la recherche et au développement, aux mesures de rénovation des bâtiments, aux locations à court terme et à l'entretien et aux réparations.

# Périmètre du rapport

GRI : 102-46, 102-48, 102-49, 102-54

**Le présent rapport contient des informations sur les progrès accomplis dans la réalisation de nos objectifs de développement durable 2025 et de nos objectifs mondiaux de consommation réfléchie, et aborde des thèmes environnementaux, sociaux et de gouvernance importants et pertinents pour l'année civile 2021, qui viennent compléter notre Rapport annuel 2021.**

Ce rapport environnemental, social et de gouvernance représente notre communication annuelle sur les progrès réalisés dans le cadre du Pacte mondial de l'ONU et est annexé au rapport annuel 2021 qui sert de rapport de publications d'informations non-financières relatives à des questions de responsabilité sociale des entreprises conformément à l'article 3:6, §4 et à l'article 3:32, §2 du Code belge des sociétés et des associations, qui transpose la directive 2014/95/UE du 22 octobre 2014 modifiant la directive 2013/34/UE.

En plus de nos initiatives en matière de durabilité environnementale et de consommation réfléchie, des informations sur nos huit priorités stratégiques ESG - consommation intelligente et modération, climat, gestion de l'eau, agriculture durable, emballage circulaire, éthique et transparence, entrepreneuriat et diversité et inclusion - se trouvent aux pages 12 à 49 du présent rapport. Des informations supplémentaires sur des sujets tels que l'engagement des collaborateurs, la qualité des produits, le bénévolat et les interventions d'urgence figurent dans l'indice ESG de ce rapport (pages 60-71). Ces sections visent à fournir des informations actualisées aux parties prenantes, notamment les investisseurs, collègues, gouvernements, ONG, clients et consommateurs dans les pays où nous opérons.

AB InBev a rédigé le rapport ESG 2021 AB InBev (les présents chapitres et le site web) en se basant sur les directives établies par la Global Reporting Initiative (GRI) et le Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Pour contribuer à

déterminer le contenu développé, il a été procédé à une évaluation de la pertinence, qui nous a aidés à identifier les questions clés les plus cruciales pour nos parties prenantes et notre entreprise. Notre évaluation de la pertinence peut être consultée dans la section Gouvernance et engagement des parties prenantes du présent rapport à la page 56, et les indices GRI et SASB sont inclus dans la section Indice ESG et Cadres de reporting à partir de la page 73.

Nos Objectifs de développement durable 2025 et notre agenda général de développement s'alignent sur plusieurs des ODD fixés par les Nations Unies en 2015. Les activités dans toutes nos opérations et toute notre chaîne d'approvisionnement sont alignées sur les indicateurs qui sont considérés comme étant les plus importants pour notre entreprise et nos parties prenantes. Nous nous concentrons sur les domaines où nous pouvons avoir l'impact positif le plus significatif.

Les données et les anecdotes présentées dans le présent rapport ont été collectées et vérifiées avec l'aide des propriétaires des contenus dans toutes les fonctions et zones géographiques.

AB InBev a élaboré des processus pour obtenir un reporting exact et cohérent des données sur la consommation réfléchie, les objectifs de développement durable 2025 et les données de performance en matière de sécurité, ainsi que des indicateurs clés de performance (KPI). Dans le Rapport d'assurance de l'auditeur indépendant (page 97), et à divers endroits clés tout au long du rapport (pages 42 et 72), nous avons identifié

les indicateurs qui ont été assurés en externe par KPMG.

Les données environnementales provenant des opérations récemment acquises sont exclues du cycle actuel. Ces implantations seront incluses dans les prochains rapports. Les données relatives à la sécurité sont immédiatement contrôlées pour tous les sites et incluses, sauf mention contraire dans le texte ou les notes de bas de page. Pour toutes les données relatives à l'environnement et à la sécurité, les cessions et fermetures sont retirées du périmètre pour l'année de référence, mais les années précédentes ne sont pas ajustées.

Les données relatives aux incidents survenus en fin d'année mentionnées dans le présent rapport sont enregistrées à la mi-janvier de l'année suivante et validées sur la base d'informations disponibles à partir de ce moment-là. Les accidents peuvent évoluer et changer de statut ultérieurement en fonction du diagnostic médical, du traitement et de la gestion de l'incident. C'est une pratique cohérente pour permettre une comparaison précise de données d'un point unique dans le temps, d'une année à l'autre. Les changements apportés à la classification des accidents au cours des années suivant l'année de référence ne sont pas pris en compte aux fins du reporting de l'année en cours ni dans les données comparatives d'années antérieures.

Les objectifs mondiaux liés à l'eau, aux achats d'énergie et aux émissions de GES présentés dans le présent rapport, ainsi que les KPI tels que la consommation d'énergie, comprennent les opérations détenues en intégralité par AB InBev,

dont nos installations de boissons et opérations verticales, sauf mention contraire dans le texte ou les notes de bas de page. La consommation et les achats d'énergie n'incluent pas l'énergie exportée à des tierces parties ni certains projets en chantier. La consommation et les achats d'énergie non pris en compte ne reflètent pas la quantité d'énergie consommée lors de nos processus de brassage. Pour nos opérations liées aux boissons et nos opérations verticales, y compris les sites de maltage et de conditionnement, nous utilisons notre système de gestion globale des opérations VPO. Les indicateurs clés de performance que sont la consommation d'énergie, la consommation d'eau et les émissions de scope 1 et 2 par hectolitre produit (en kg CO<sub>2</sub>/hl), excluent les opérations verticales. Ces données sont rapportées chaque année au CDP. Certains tableaux de données contiennent des notes de bas de page fournissant des données complémentaires. Les opérations spéciales, qui remplissent un ou plusieurs critères, y compris, sans toutefois s'y limiter : volume réduit, faible nombre d'ETP, complexité du mix de marques et produits ou processus de production inhabituels, sont exclues du périmètre de reporting. L'impact potentiel des 74 SOP comptabilisées en 2021 est estimé à 2,2% des émissions de scope 1 et 2 totales. Les hypothèses suivantes sont appliquées pour le calcul de ce pourcentage : 1) les émissions de scope 1 et 2 moyennes par pays par hl sont appliquées, 2) le volume de production moyen par pays est appliqué, 3) pour les centres expérimentaux, les tonnes de CO<sub>2</sub> appliquées sont les mêmes que pour les petites installations, et 4) pour

les opérations verticalisées SOP, les moyennes d'émissions des plus grands sites existants s'appliquent.

Pour 2021, l'électricité renouvelable est rapportée par deux indicateurs : l'électricité opérationnelle et l'électricité contractuelle. Notre stratégie primaire est de contribuer à financer de nouveaux projets de production d'électricité renouvelable, mais ces projets peuvent être longs à construire, c'est pourquoi nous pensons qu'il est important de rapporter ces deux indicateurs. L'indicateur électricité contractuelle répertorie les engagements que nous avons déjà pris en faveur de notre objectif de 100% d'électricité renouvelable, tandis que notre électricité opérationnelle mesure nos réalisations annuelles réelles.

Le contenu recyclé est calculé en établissant une moyenne pondérée du contenu recyclé sur la base des achats à chaque fournisseur et du contenu recyclé présent dans les matériaux. Notre objectif en matière d'emballage concerne nos emballages primaires, qui représentent plus de 83% de notre volume d'emballage total en poids au niveau mondial, bien que nos travaux en matière de circularité s'étendent aux emballages secondaires et aux déchets post-consommation. Pour les emballages non consignés (bouteilles en verre à usage unique, canettes en aluminium et bouteilles en PET), nous nous engageons à atteindre un contenu recyclé d'au moins 50%. Les données concernant le pourcentage de contenu recyclé sont communiquées par les fournisseurs et suivies de façon régulière. Les informations relatives aux achats d'emballages proviennent du propre système d'approvisionnement d'AB InBev. En 2019, nous avons lancé des audits de fournisseurs afin de vérifier la fiabilité des données concernant le contenu recyclé. En 2020 et en 2021, nous n'avons pas été en mesure d'effectuer les visites prévues en raison du COVID-19 mais avons toutefois collaboré à distance avec les fournisseurs et

discuté de leurs KPI et autres indicateurs ainsi que de leurs principaux projets pour accroître le contenu recyclé. Nous avons pu participer à plusieurs initiatives dans diverses zones et catégories, et nous collectons des données auprès de nos fournisseurs pour calculer nos progrès en matière de contenu recyclé. Notre objectif en 2022 est de reprendre les visites des fournisseurs et de lancer un site web permettant aux fournisseurs de saisir des données sur le contenu recyclé, ce qui contribuerait à améliorer la fréquence, la visibilité et la qualité de la collecte des données.

L'empreinte plastique nette zéro de Corona signifie que la marque récupère plus de plastique dans l'environnement qu'elle n'en rejette dans le monde. Cette étape importante a été franchie après une évaluation externe approfondie des opérations mondiales de Corona par rapport aux 3RI Corporate Plastic Stewardship Guidelines de South Pole, un fournisseur de solutions climatiques de premier plan. La marque a également suivi la norme Verra Plastic Waste Reduction pour calculer l'impact des activités d'atténuation de Corona.

Pour le calcul des émissions de scope 1 et 2, les installations décrites ci-dessous sont incluses. Les émissions de scope 3, qui concernent les informations au-delà de nos opérations et qui ont un impact sur notre chaîne d'approvisionnement, sont des valeurs estimées basées sur un mix de données de l'entreprise et de tiers. Le pourcentage total des émissions de scope 3 est conforme à l'initiative SBTi (Science-based Target Initiative), où au moins 66% des émissions doivent être incluses dans le périmètre ciblé. Environ 50% des données du scope 3 sont des données de l'entreprise et des données rapportées par les fournisseurs via le CDP.

Les données du CDP sont utilisées pour calculer les émissions liées aux fournisseurs de matières premières et de matériaux d'emballage servant à la fabrication des bières. Une approche

hybride, validée par l'initiative SBTi et le CDP et impliquant un mix de données de l'entreprise, de données de fournisseurs et d'estimations de marché, a été utilisée. Sur les 15 catégories, le scope 3 inclut les catégories suivantes : achats de biens et services, distribution en amont et en aval, émissions provenant de la consommation de carburant non incluses dans les scope 1 et 2, utilisation de produits (refroidissement de produits sur site et hors site, mais à l'exclusion du refroidissement chez le consommateur), et fin de vie. Les catégories exclues comprennent : biens d'équipement, déchets générés par les activités (plus de 98% des déchets produits sont recyclés), voyages d'affaires, déplacement des salariés, actifs loués amont et aval, traitement des produits vendus, franchises, investissements. Ces catégories représentent approximativement moins de 10% des émissions totales du scope 3. Nous espérons que notre ambition d'atteindre la neutralité carbone et les données justificatives puissent être révisées à mesure que les normes de mesure, la méthodologie de modélisation et le niveau de granularité des données s'améliorent au fil du temps.

Ce rapport contient des déclarations prévisionnelles concernant des estimations futures. Celles-ci comprennent généralement des termes et/ou expressions telles que « résultera probablement », « vise à », « continuera », « est prévu », « anticiper », « estimer », « prévoir », « résulter », « peut », « pourrait », « attendre », « envisager », « planifier », « potentiel » ou des expressions similaires. Ces déclarations sont soumises à des incertitudes et sont exclues de la portée de l'assurance. Les résultats réels peuvent différer de ceux mentionnés dans ce rapport en raison, entre autres, de l'impact du changement climatique, de pénuries d'eau, d'une détresse financière, d'une mauvaise publicité, de notre capacité à recruter et/ou à retenir les meilleurs talents, de nouvelles réglementations, de la

réputation de nos marques, de notre capacité à réaliser des acquisitions et/ou des cessions de divisions, de l'accès au capital, de la volatilité des marchés boursiers, de l'exposition à des litiges et autres risques associés non mentionnés, ainsi qu'aux risques identifiés dans notre formulaire 20-F déposé auprès de la US Securities and Exchange Commission. Des informations supplémentaires concernant les risques d'AB InBev climatiques et hydriques, leur gestion et leur performance sont disponibles via le CDP.

# Rapport d'Assurance Limitée de l'Auditeur Indépendant

GRI : 102-56

Aux lecteurs du Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021 d'Anheuser-Busch InBev

## Introduction

Nous avons été engagés à fournir une conclusion, à titre d'assurance limitée, sur les informations suivantes reprises dans le Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021 (ci-après 'l'Information Sélectionnée') d'Anheuser-Busch InBev SA/NV (ci-après 'AB InBev'), basée à Louvain, Belgique :

- Consommation d'Eau par Hectolitre Produit et Consommation Totale d'Eau (page 72)
- Total d'Énergie Achetée et Énergie Achetée par Hectolitre Produit (page 72)
- Pourcentage d'Électricité Achetée à partir de sources renouvelables – Opérationnelle (page 72)
- Pourcentage d'Électricité Achetée à partir de sources renouvelables – Contractuelle (page 72)
- Total des Émissions de GES Directes et Indirectes et Total des Émissions de GES Directes et Indirectes par Hectolitre Produit (page 72)
- Total des Émissions de GES (Scopes 1, 2 et 3 des Émissions) et Total des Émissions de GES (Scopes 1, 2 et 3 des Émissions) par Hectolitre Produit (page 72)
- Pourcentage d'emballages primaires consignés (page 72)
- Pourcentage de contenu recyclé dans les emballages primaires (page 72)
- Accidents avec Incapacité de Travail [LTI - Lost Time Injuries] – Collaborateurs Supply (occupés par AB InBev), Collaborateurs Tier 2 et Collaborateurs Commerciaux (page 42)

- Total des Accidents Déclarés (TRI – Total Recordable Injuries) – Collaborateurs Supply (occupés par AB InBev) (page 42)
- Accidents Mortels (page 42)

L'information revue dans le cadre de notre mission d'assurance limitée a été marquée tout au long du Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021 par le symbole «».

## Conclusion

Sur base de nos travaux effectués et de l'information d'assurance obtenue, nous n'avons rien relevé sur base duquel nous devrions conclure que, dans tous les égards significatifs, l'Information Sélectionnée ne répondrait pas aux critères de reporting appliqués, reprises dans la section 'Périmètre du rapport' sur la page 95 du Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021.

## Base de notre conclusion

Nous avons effectué nos procédures sur l'Information Sélectionnée conformément à la norme *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 : "Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"*, publiée par l'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*.

Cette mission de contrôle vise à obtenir un niveau d'assurance limitée. Nos responsabilités selon cette norme, sont décrites plus loin dans le présent rapport sous la Section 'Nos responsabilités

relatives au contrôle de l'Information Sélectionnée'. Notre conclusion est fondée sur base des aspects décrits dans le présent rapport et est soumise à ces derniers.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

## Périmètre du contrôle du groupe

AB InBev est la société-mère d'un groupe d'entités. L'Information Sélectionnée comprend l'information consolidée de ce groupe d'entités comme décrite dans la section 'Périmètre du rapport' sur la page 95 du Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021.

Nos procédures de contrôle du groupe consistaient tant en des procédures de contrôle au niveau d'entreprise (consolidé) qu'au niveau des sites. Notre sélection des sites dans le cadre de la présente mission d'assurance limitée est principalement fondée sur la contribution individuelle du site à l'information consolidée. En outre, notre sélection des sites a pris en compte les risques de reporting pertinents et la répartition géographique.

En effectuant nos procédures au niveau des sites, combinées des procédures supplémentaires au niveau d'entreprise, nous avons été en mesure d'obtenir d'éléments probants suffisants et appropriés sur l'information rapportée par le groupe qui peuvent servir de base à notre conclusion sur l'Information Sélectionnée.

## Responsabilité du Conseil d'Administration relative à l'Information Sélectionnée

Le Conseil d'Administration d'AB InBev est responsable de la préparation de l'Information Sélectionnée conformément aux critères de reporting applicables comme décrits dans la section 'Périmètre du rapport' sur la page 95 du Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021, y inclus l'identification des parties prenantes et la définition des aspects matériels. Les choix effectués par le Conseil d'Administration d'AB InBev concernant la portée de l'information contenue dans le Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021 et la politique en matière de reporting sont résumés dans la section 'Périmètre du rapport' sur la page 95 du Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021.

Le Conseil d'Administration est également responsable du contrôle interne qu'il estime nécessaire pour permettre la préparation de l'Information Sélectionnée sans anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou d'erreurs.

## Nos responsabilités relatives au contrôle de l'Information sélectionnée

Notre responsabilité consiste à effectuer une mission d'assurance limitée et de formuler une conclusion fondée sur les procédures effectuées. Notre mission a été menée conformément à la norme ISAE 3000, « *International Standard on Assurance Engagements - ISAE 3000 – Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* », comme publiée par l'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Cette norme impose que nos procédures soient planifiées et réalisées de telle manière à obtenir une assurance limitée que l'Information Sélectionnée ne comporte aucune anomalie significative.

Les procédures effectuées lors d'une mission d'assurance pour obtenir un niveau d'assurance limitée, ont pour objectif de déterminer la plausibilité de l'information et sont par conséquent moins profondes que celles effectuées lors d'une mission visant un niveau d'assurance raisonnable. Le niveau d'assurance obtenu lors d'une mission d'assurance limitée est par conséquent considérablement inférieur à celui obtenu lors d'une mission d'assurance raisonnable.

Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou d'erreurs, et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions prises par les utilisateurs sur base de l'Information Sélectionnée. Le niveau de matérialité affecte la nature, le timing et l'étendue de nos procédures de vérification tout comme l'évaluation de l'impact des anomalies identifiées sur notre conclusion.

Nous appliquons la norme « *International Standard on Quality Control 1* » et maintenons par conséquent un système complet de contrôle de la qualité, comprenant les directives et procédures documentées relatives au respect des exigences déontologiques, normes professionnelles et obligations légales et réglementaires applicables.

Nous avons respecté les exigences en matière d'indépendance tout comme les autres exigences déontologiques du « *International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) », publié par le « *International Ethics Standards Board for Accountants* », lesquelles sont basées sur des principes fondamentaux d'intégrité, d'objectivité, d'aptitude professionnelle et de diligence, de confidentialité et d'attitude professionnelle.

Nous avons fait preuve du jugement professionnel nécessaire et avons maintenu l'esprit critique professionnel nécessaire tout au long de la période de notre mission, ceci en conformité avec la « *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000* » et les exigences déontologiques et d'indépendance.

## Procédures effectuées

Notre mission d'assurance limitée sur l'Information Sélectionnée consiste à enquêter, principalement auprès des personnes responsables de la préparation de l'Information Sélectionnée, et à appliquer des procédures de collecte des éléments de preuve analytiques et autres, selon le cas. Ces procédures comprenaient, entre autres à :

- Identifier les zones de l'Information Sélectionnée où des anomalies significatives sont susceptibles de se produire, concevoir et exécuter des procédures d'assurance limitées en fonction de ces zones et obtenir des preuves d'assurance suffisantes et appropriées pour fonder notre conclusion;

- Développer une compréhension du contrôle interne relatif à la mission d'assurance limitée afin de concevoir des procédures d'assurance adaptées aux circonstances, mais non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de la société;
- Evaluer le caractère approprié des critères de reporting utilisés et leur application cohérente, y compris le caractère raisonnable des estimations établies par la direction et les informations associées à l'Information Sélectionnée;
- Interroger les personnes concernées responsables de la fourniture de l'Information Sélectionnée, de la mise en œuvre des procédures de contrôle interne sur cette Information Sélectionnée et de la consolidation des données dans le Rapport environnemental, social et de gouvernance 2021;
- Effectuer des visites virtuelles de sept sites de production établis en Afrique du Sud, au Brésil, en Chine, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis d'Amérique (deux sites) et au Mexique, visant, au niveau local, à la validation des données sources et l'évaluation de la conception et l'application des procédures de contrôle interne et de validation;
- Examiner la documentation interne et externe pertinente, sur une base de test limitée, afin de déterminer la fiabilité de l'Information Sélectionnée;
- Procédures d'examen analytique préliminaire et final pour confirmer notre compréhension des tendances dans l'Information Sélectionnée au niveau d'entreprise tout comme au niveau du site.

Anvers, le 24 février 2022

KPMG Bedrijfsrevisoren - Réviseurs d'Entreprises

Mike Boonen  
Associé