



**AB InBev lanceert Global Smart Drinking Goals:  
consumenten worden aangespoord om steeds verstandige consumptiekeuzes te  
maken**

*De leider in de biermarkt wil alcoholmisbruik tegen eind 2025 terugdringen door:*

- *meerjarige pilots te introduceren in verschillende steden wereldwijd om het schadelijk gebruik van alcohol met 10% te verminderen*
- *1 miljard USD te investeren in sociale marketing campagnes & gerelateerde programma's*
- *ervoor te zorgen dat minstens 20% van ons globale volume bestaat uit niet- of laag-alcoholhoudende producten<sup>1</sup>*
- *een informatielabel op alle producten te plaatsen om de kennis rond alcohol en gezondheid te doen toenemen*

[AB InBev](#) kondigt vandaag de lancering van vier Global Smart Drinking Goals aan. Op deze manier versterkt de brouwer haar engagement rond effectieve en collaboratieve oplossingen om schadelijk alcoholgebruik te verminderen. De nieuwe doelstellingen, die bereikt moeten worden tegen het einde van 2025, tonen een evolutie in de aanpak van het bedrijf rond verantwoord consumeren, gaande van het helpen creëren van bewustwording rond alcohol en verantwoordelijkheid, tot het positief wijzigen van gedrag door te investeren in een lange termijn-, “evidence based” aanpak om schadelijk drinken te verminderen, waaronder ook drinken op jonge leeftijd, “binge drinking” en rijden onder invloed.

*“Als leider in de bierindustrie, geloven we dat we een unieke rol te vervullen hebben bij de inzet voor een wereldwijde cultuur van verantwoord consumeren”, zegt Carlos Brito, CEO van AB InBev. “We investeren reeds meer dan 30 jaar in initiatieven die verantwoord consumeren promoten en het schadelijk drinken ontmoedigen. Nu tillen we onze inspanningen naar het volgende niveau, voorbij het bewustmaken, naar een concrete impact op de gemeenschappen waarin we leven en werken.”*

In 2014 heeft AB InBev op een succesvolle manier zijn zes oorspronkelijke [Global Responsible Drinking Goals](#) gehaald of zelfs overstegen, zoals vastgesteld door een onafhankelijke auditor. De eerste set doelstellingen omvatte partnerships, initiatieven rond publieksvoorlichting, trainingen van handelaars en andere activiteiten die het verantwoord consumeren versterkten. De nieuwe Global Smart Drinking Goals bouwen voort op dat patrimonium door te focussen op twee centrale domeinen: gedragingen veranderen door te investeren in “evidence-based” programma's die het schadelijk gebruik van alcohol meetbaar verminderen en consumenten versterken zodat ze slimme beslissingen kunnen nemen rond verantwoord consumeren.

---

<sup>1</sup> We definiëren niet-alcoholhoudende producten als diegene die tussen 0,0% en 0,5% alcohol bevatten en laag-alcoholhoudende producten als diegene die tussen de 0,51% en 3,5% alcohol bevatten.

## **Gedrag veranderen door middel van sociale normen**

Voor het bereiken van een visie rond een globale cultuur van verantwoord consumeren, is er nood aan een verandering in consumentengedrag rond schadelijk alcoholgebruik. Als leider in de bierindustrie, gelooft AB InBev dat het een unieke rol te vervullen heeft in het bijdragen tot deze verandering. Het bedrijf zal investeren in “evidence-based” oplossingen die een shift teweeg brengen in sociale normen en individuele gedragingen door het lanceren van meerjarige pilot-projecten om het schadelijk gebruik van alcohol te verminderen met 10% in zes steden wereldwijd.

Deze projecten zullen collaboratieve, innovatieve en efficiënte aanpakken bestuderen om het schadelijk drinken op een meetbare manier te verminderen. Voortbouwend op de learnings die geïdentificeerd zijn in de pilot city programs, zal het bedrijf best practices identificeren en lokale implementatieplannen ontwikkelen die uitgevoerd zullen worden in alle markten tegen het einde van 2025.

Vanuit de verbintenis om te helpen sociale normen te beïnvloeden om het schadelijk gebruik van alcohol te verminderen, investeert AB InBev minstens 1 miljard USD, verspreid over de verschillende markten, in specifieke sociale marketingcampagnes en gerelateerde programma's. Deze financiële investering zal het vervullen van alle Global Smart Drinking Goals helpen ondersteunen.

## **Consumenten aansporen door middel van keuze**

Consumenten ertoe aanzetten om verantwoord te consumeren, begint met het verzekeren dat de consumenten toegang hebben tot zowel niet- als laag-alcoholhoudende keuzes en gezondheidsinformatie over de producten die ze aan het consumeren zijn. Tegen het einde van 2025 zullen we onze productenportefeuille uitbreiden zodat minstens 20% van ons globaal biervolume niet- of laag-alcoholhoudende dranken bevat om het schadelijk gebruik van alcohol te beperken.

Bovendien zal het bedrijf cruciale gezondheidsinformatie beschikbaar maken voor alle consumenten door een informatielabel op al onze producten te plaatsen tegen eind 2020. De labels zullen ontwikkeld worden door een onafhankelijke groep van technische experts en kunnen informatie bevatten over zowel alcohol-inhoud, als andere feiten over het product die kunnen bijdragen tot betere kennis rond alcohol en een positieve shift veroorzaken in consumptiepatronen.

## **Monitoring en Evaluatie**

AB InBev gelooft dat het essentieel is om een onafhankelijk kader te creëren voor implementatie, monitoring en evaluatie van onze Global Smart Drinken Goals, dat transparant en geloofwaardig is en resultaten oplevert. We zullen dit doen door bij te dragen aan een orgaan rond “global thought leadership” en programma-coördinatie, samengesteld uit onafhankelijke academische, volksgezondheids- en / of publieke instellingen. Dit orgaan zal toezicht houden op erkende deskundigen en leiders in openbare gezondheid en hen coördineren. Deze deskundigen zullen het ontwerp van, de implementatie van, het toezicht op en de evaluatie van de Global Smart Drinking Goals overzien, evenals de resultaten openbaar maken.

"De private sector heeft de mogelijkheid om een belangrijke rol te spelen bij de aanpak van urgente maatschappelijke uitdagingen. Overheden kunnen het niet alleen doen ", aldus de voormalige premier Jean Chrétien, voorzitter van de Global Advisory Council van AB InBev. "AB InBev demonstreert haar leiderschap door het grijpen van deze kans om schadelijk alcoholgebruik in de komende 10 jaar wereldwijd aan te pakken. Hun Global Smart Drinking Goals hebben het potentieel om een positieve impact te hebben op mensen, gezinnen en gemeenschappen over de hele wereld. "

### **Celebrate Tomorrow**

In combinatie met de aankondiging van de Global Smart Drinking Goals, heeft AB InBev een kort [filmpje](#) gemaakt "Celebrate Tomorrow", waarin het concept van "vandaag verantwoord consumeren helpt om morgen mogelijk te maken" tot leven wordt gebracht. Dit filmpje betreft publiek van over heel de wereld rond verantwoord consumeren en toont mensen uit zes steden – Shanghai, Buenos Aires, Sao Paulo, Mexico, Brussel en New York– terwijl ze feestelijke momenten doorbrengen met vrienden en familie. "Celebrate Tomorrow" onderstreept AB InBev's toewijding om sociale normen te vestigen rond verantwoord consumeren om het schadelijk gebruik van alcohol te verminderen en kijkers eraan te herinneren dat keuzes rond verantwoord consumeren iedereen beïnvloeden, op dagelijkse basis.

### **Global Smart Drinking Goals (2015-2025)**



Om meer te weten te komen over de Smart Drinking Goals van AB InBev, raadpleeg onze website [www.ab-inbev.com/social-responsibility/smart-drinking](http://www.ab-inbev.com/social-responsibility/smart-drinking).

### Over Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev is een beursgenoteerd bedrijf (Euronext: ABI) met hoofdzetel in Leuven, België, met American Depositary Receipts op de New York Stock Exchange (NYSE: BUD). Het bedrijf is de wereldwijde leidinggevende brouwer en behoort tot 's werelds top vijf van bedrijven actief in consumptiegoederen. Bier, het oorspronkelijke sociale netwerk, brengt reeds sedert duizenden jaren mensen samen en ons portfolio van meer dan 200 merken blijft sterke banden smeden met consumenten. Ons portfolio omvat onder andere de wereldwijde merken Budweiser®, Corona® en Stella Artois®; de internationale merken Beck's®, Leffe® en Hoegaarden®; en lokale kampioenen zoals Bud Light®, Skol®, Brahma®, Antarctica®, Quilmes®, Victoria®, Modelo Especial®, Michelob Ultra®, Harbin®, Sedrin®, Klinskoye®, Sibirskaia Korona®, Chernigivske®, Cass® en Jupiler®. Anheuser-Busch InBev's toewijding aan erfgoed en kwaliteit gaat terug naar brouwtradities die dateren van 1366 en de brouwerij Den Hoorn in Leuven, België, en naar de pioniersgeest van de Anheuser & Co brouwerij, met wortels in St. Louis in de Verenigde Staten, sinds 1852. Anheuser-Busch InBev is geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiende markten en benut de collectieve sterkte van ongeveer 155 000 medewerkers, gebaseerd in 25 landen wereldwijd. In 2014 realiseerde AB InBev 47,1 miljard USD aan opbrengsten. De onderneming streeft ernaar het Beste Bierbedrijf te zijn dat Mensen Samenbrengt voor een Betere Wereld. Kom meer te weten op [ab-inbev.com](http://ab-inbev.com), op [facebook.com/ABInBev](https://facebook.com/ABInBev) of op Twitter [@ABInBevNews](https://twitter.com/ABInBevNews).

### CONTACTPERSONEN ANHEUSER-BUSCH INBEV:

#### **Marianne Amssoms**

Tel: +1-212-573-9281

Email: [marianne.amssoms@ab-inbev.com](mailto:marianne.amssoms@ab-inbev.com)

#### **Jessica Adkins**

Tel: +1-212-573-9288

Email: [Jessica.Adkins@ab-inbev.com](mailto:Jessica.Adkins@ab-inbev.com)

#### **Kathleen Van Boxelaer**

Tel: +32-16-27-68-23

Email: [kathleen.vanboxelaer@ab-inbev.com](mailto:kathleen.vanboxelaer@ab-inbev.com)