



CAIXA EXCLUSIVO
ATÉ 15 VOLUMES

RAPPORT ANNUEL DE DURABILITÉ

2021





ASSAÍ





TABLE DES MATIÈRES

Message du Conseil d'administration	5	GOVERNANCE CORPORATIVE	32
Message du Président	7	Principes et philosophie	32
À PROPOS	10	Gouvernance de la durabilité	35
Sujets clé	12	Structure administrative	36
Méthodologies principales	13	Outils de gouvernance	38
		Éthique	39
TITRE 1		<i>Compliance</i>	41
UN TEMPS NOUVEAU SE CONSTRUIT AUPRÈS DES		Gestion des risques, sécurité cybernétique et des données	42
ACTIONNAIRES ET INVESTISSEURS	14	Relations avec le marché	45
VISION INTÉGRÉE DE NOTRE PERFORMANCE	15	TITRE 2	
Performance commentée	19	UN TEMPS NOUVEAU SE CONSTRUIT AUPRÈS DES GENS	46
Faits marquants 2021	21		
Améliorer l'expérience client	25	CULTURE ORGANISATIONNELLE	47
Reconnaissance	29	NOS GENS	48
Pactes et Associations	30	Développement humain et organisationnel	53
		Qualité de vie, santé & sécurité	62
		Avantages et bénéfices	67



Diversité & Inclusion	68	COMMUNAUTÉS	108
Principales actions en D&I	71	Gestion des impacts (covid-19)	108
Les engagements de nos gens	77	Soutien aux communautés locales	109
Liberté d'expression et d'association	79	Campagnes sociales	111
		Appui à l'entrepreneuriat	113
TITRE 3		Reconnaissance des meilleures pratiques et	
UN TEMPS NOUVEAU SE CONSTRUIT AUPRÈS		prix aux entrepreneurs	115
DE LA SOCIÉTÉ	80		
		TITRE 4	
ENVIRONNEMENT	81	ANNEXES	118
Changements climatiques	83		
Émissions fugitives	84	GESTION DES IMPACTS	119
Éducation environnementale	93	SOMMAIRE DE CONTENU GRI	120
CHAÎNE DE VALEUR	94	INDICATEURS DE PERFORMANCE	122
Valorisation et reconnaissance	95	RAPPORT D'ASSURANCE MODÉRÉE DES	
Développement durable	95	COMMISSAIRES INDÉPENDANTS	128
Lutte contre la déforestation	97	INDICATEURS MODÈLE SASB	130
Politique socio-environnementale pour l'achat		STRUCTURE TCFD	131
de viande bovine	99		
Droits humains: Conditions de travail	105		



MESSAGE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'année 2021 a encore témoigné du professionnalisme et de l'engagement sans réserve des équipes du Groupe Casino et de leurs enseignes. Assaí a renforcé sa contribution à la performance globale du Groupe en s'adaptant au scénario actuel. Ses activités sont toujours guidées par le principe de la responsabilité sociale et environnementale. Comme l'ensemble des enseignes chez Casino, Assaí a fait preuve de résilience pour remplir son rôle en tant que service essentiel. Il a relevé le défi de l'approvisionnement alimentaire, malgré le prolongement de la pandémie.

En Amérique du Sud, des décisions stratégiques ont permis de doter les enseignes du Groupe d'un nouveau profil et notamment chez Assaí, avec l'annonce début 2021, sa scission des activités de vente au détail (GPA). L'objectif de l'opération, formalisée au mois de mars, a été de libérer le potentiel d'évolution de deux entreprises. Elle a permis une meilleure allocation des ressources ainsi qu'une plus grande visibilité et davantage d'opportunités pour chacune d'entre elles, en appuyant la création de valeur. Les succès sont déjà notables.

Avec des managers expérimentés à sa tête et un effectif de plus de 60 mille collaborateurs, Assaí a terminé l'année parmi les leaders du *cash&carry* au Brésil et comme plus grande enseigne du Groupe Casino. Ceci est le résultat d'une année record en expansion (28 nouveaux magasins) et de la consolidation de l'enseigne sur pratiquement l'ensemble du territoire brésilien. Assaí écrit l'histoire grâce à l'ouverture d'un tel parc de magasins. La construction de 24 nouveaux magasins organiques de grande superficie en une seule année représente un fait majeur sur le marché brésilien de *cash&carry*.



L'année 2021 a également été marquée par l'acquisition de plusieurs unités commerciales auprès d'Extra Hiper. Ceci a permis d'accélérer l'expansion de l'enseigne et d'obtenir des emplacements prisés au cœur d'importantes villes brésiliennes. En ajoutant à cela le plan d'expansion organique, qui fera Assaí atteindre un parc de 300 magasins dès 2023, consolidant encore plus sa présence sur le territoire brésilien. Il est important de souligner qu'en plus de la satisfaction des résultats d'expansion et de performance financière, ce développement est appuyé par une croissance structurée sur des bases responsables.

En lien avec la stratégie globale du Groupe Casino, Assaí prend des initiatives pour renforcer les communautés situées près des magasins et pour renforcer l'engagement continu à la lutte contre les urgences climatiques, à la traçabilité sur la chaîne de valeur, ainsi qu'à la promotion de la diversité et de l'inclusion. Face à une année pleine de défis sanitaires, économiques, environnementaux et sociaux pour l'ensemble de la population brésilienne, Assaí a mis en avant son rôle social grâce à diverses actions de don de denrées et de produits de première nécessité ayant bénéficié à des milliers de familles à travers le pays.

Dans le domaine de la lutte contre les changements climatiques, Assaí a atteint les cibles de réduction d'émissions en tonnes de charbon, en diminuant de 8,2% les émissions de portée 1 et 2 par rapport à l'an dernier. Ces résultats font la différence et reflètent une culture véritablement soucieuse des personnes et de l'environnement.

L'historique de résultats constants et la perspective d'une croissance continue avec distribution de valeur témoignent du succès du modèle d'affaires d'Assaí et de sa contribution à la construction d'une société toujours plus inclusive et durable.

Jean-Charles Naouri

Président du Conseil d'administration

“

En Amérique du Sud, des décisions stratégiques ont permis de doter les enseignes du Groupe d'un nouveau profil.

”



MESSAGE DU PRÉSIDENT

GRI 102-10, 102-14, 102-15

C'est le début d'un temps nouveau chez Assaí, des grandes perspectives de croissance s'offrent à nos investisseurs, collaborateurs, fournisseurs et autres partenaires. C'est un nouveau cycle qui se traduit par encore plus de bénéfices pour nos clients et le développement socioéconomique du pays. C'est ce dont nous traitons dans ce rapport de la première année de notre nouvelle phase.

Suivant la scission de GPA, nous avons fait les adaptations nécessaires pour rendre nos processus et notre structure de gouvernance compatibles avec l'inscription de nos actions sur les bourses de Sao Paulo (B3 S.A. Balcão) et New York (NYSE). Nous avons entamé 2021 prêts pour fonctionner de manière complètement indépendante et dotés d'une plus grande visibilité.

Au cours de l'année, nous avons poursuivi le processus d'expansion en écrivant ainsi l'histoire. En suivant le plan annoncé, nous avons atteint un record: 28 magasins inaugurés en 12 mois. L'ouverture de ce bassin de magasins est un fait marquant de notre histoire. La construction de 24 nouveaux magasins à grande surface en une seule année est un fait inédit sur le marché brésilien de *cash&carry*.



Nous avons ouvert une première unité à Acre ainsi qu'un magasin-concept à Rio, où un assortiment adapté au public cible offre de produits et services différenciés. Nous sommes maintenant présents dans 23 états et dans la capitale fédérale. Nos 212 magasins et plus de 60 mille collaborateurs nous rendent fiers du grand impact créé pour la création d'emplois et de relations, et le potentiel socio-environnemental mobilisé. Les 70 unités commerciales rachetées à ExtraHiper s'ajoutent à notre plan d'expansion pour offrir une nouvelle échelle d'impact et de création de valeur. Ce mouvement permettra d'atteindre des nouveaux publics et augmenter substantiellement l'impact de l'entreprise au cours des prochaines années, puisque les magasins se situent au cœur de grands centres urbains densément peuplés. Nous disposerons d'unités dans des emplacements prisés, représentant qu'un faible chevauchement par rapport aux magasins Assaí actuels, ainsi qu'une perspective de consolidation rapide et un grand potentiel de rentabilité.

En 2021, nous avons également renforcé les liens avec nos clients. Assaí dispose maintenant d'une offre de commerce électronique grâce au partenariat avec *Comershop by Uber*. Il est désormais possible de faire ses achats en ligne. Notre croissance repose également sur l'expansion du projet boucherie sur un plus grand nombre de magasins.

Pour nous, cette année pourtant instable a été le synonyme de croissance, de recettes solides et de grain de *market share*. Les résultats présentés dans ce Rapport montrent que nous avons maintenu un haut niveau de rentabilité en dépit de la hausse des investissements. Dès la première année d'opération autonome nous avons amélioré le profil de la dette de scission grâce à l'excellence de la gestion financière de l'entreprise. L'expansion s'est traduite par une croissance pour Nos Gens. Nous avons créé 11 mille nouveaux emplois en 2021, contre 5,4 mille en 2020.

“

Cette année, nous avons poursuivi le processus d'expansion en écrivant ainsi l'histoire. Nos chiffres nous rendent fiers par leur grand impact pour la création d'emplois et de relations, et le potentiel socio-environnemental mobilisé.

”



Nous avons augmenté de 3 p. p. le nombre de femmes dans des postes de leader (26% de l'ensemble). Ensuite, 65% des collaboratrices et collaborateurs de l'entreprise se sont autodéclaré.es noir.es ou pardo.as, dont 45% parmi les postes de leader. À chaque année, la formation continue est promue auprès d'un nombre toujours grandissant de collaboratrices et de collaborateurs, fournisseuses et fournisseurs. Nous sommes fiers de prendre soin de nos équipes. Nous savons que Assaí n'aurait pas pu croître autant sans l'engagement de toutes celles et tous ceux qui rêvent et construisent cette histoire.

Un engagement social fort a été exprimé à travers de programmes de soutien aux communautés, en promouvant l'inclusion et l'investissement social et en maintenant notre engagement en tant qu'une entreprise mettant toujours plus en avant la diversité et l'inclusion, ainsi que l'ascension des groupes sous-représentés. Des milliers de familles en situation de vulnérabilité ont pu bénéficier du don de plus de 1,3 tonnes de denrées, un chiffre 27% plus grand que celui de 2020.

Nos cibles environnementales rigoureuses impactent directement la rémunération des cadres supérieurs et intermédiaires, dont celle de réduire de 38% nos émissions de charbon d'ici 2030. Nous investissons dans des politiques et actions de lutte contre la déforestation et les changements climatiques, et de promotion de conditions dignes de travail sur toute la chaîne de valeur.

En regardant vers l'avenir, nous sommes attentives et attentifs aux défis de 2022. C'est pourquoi nous jugeons qu'il est essentiel de garder l'une de nos

principales caractéristiques: l'opération efficace, décentralisée et à faibles coûts afin d'offrir les meilleurs prix et la meilleure expérience d'achat à notre bassin diversifié de clients.

Notre objectif est d'ouvrir environ 50 nouveaux magasins cette année, dont la conversion de 40 unités ExtraHiper ainsi que le développement de nouvelles unités. Notre plan accéléré d'expansion permettra, d'ici deux ans, de compter sur 300 unités et d'atteindre le bénéfice brut de R\$100 milliards en 2024.

Ces projets amènent des défis, tout comme des nombreuses opportunités. Or nous comptons sur une histoire d'engagements tenus et de résultats solides ainsi que sur la force et la compétence de nos collaboratrices et collaborateurs, sur le lien de confiance avec les communautés, les clients, les partenaires, les investisseuses et investisseurs et les actionnaires pour écrire la suite de nos réussites. Nous espérons que la lecture de ce rapport pourra partager la fierté et l'engagement que Assaí fait siens dans la création de valeur pour toute la communauté.

Excellente lecture !

Belmiro de Figueiredo Gomes

Président-directeur



À PROPOS

GRI 102-21, 102-40, 102-43, 102-46, 102-49, 102-50, 102-51, 102-53, 102-54, 102-56

Le Rapport annuel de durabilité Assaí 2021 suit une trajectoire de continuité et d'apprentissage. Jusqu'ici, nos stratégie, différentiels, défis et conquêtes étaient communiqués par le Rapport annuel de durabilité de GPA. Cependant, après la scission de nos opérations de GPA, le Rapport annuel de durabilité 2021 est un jalon, puisqu'il s'agit de la première publication signée exclusivement Assaí. Ceci nous permet de partager de manière plus globale les contenus et les indicateurs propres aux engagements d'une compagnie inscrite sur le Nouveau marché de la Gouvernance corporative.

Cliquez ici pour accéder aux anciens rapports GPA.



Ce Rapport comprend toutes nos opérations au Brésil, de janvier à décembre 2021. Son élaboration a été suivie et approuvée par les principaux cadres, dont le bureau du Président et les directions de Compliance et de Relations avec les Investisseurs. Il a été, enfin, soumis à la vérification externe par KPMG Brasil.

Ligne directrice des contenus

La structure des chapitres et contenus de ce Rapport a été choisie en lien avec une approche intégrée. Il propose les critères ESG d'analyse et d'interprétation des facteurs et engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance de manière intégrée et approfondie afin de contribuer non seulement à l'évolution du modèle d'affaires et de notre capacité de création de valeur à court, moyen et long termes, mais aussi au partage d'informations pertinentes pour l'ensemble des stakeholders – contrôleurs, actionnaires et investisseurs, collaborateurs, chaîne de valeur, clients, communautés, organes de gouvernement et de régulation, syndicats, société, médias et concurrents.



Matérialité et sujets clé

La durabilité est stratégique pour nous. Elle recoupe de manière transversale tous nos activités et projets. Nous cherchons à balancer les dimensions économiques, sociales et environnementales dans nos opérations et sur la chaîne de valeur. Les Objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU) guident nos initiatives. Dans l'élaboration de notre matérialité 2020/2022, nous nous sommes entretenus avec nos *stakeholders* afin d'identifier les attentes et les intérêts et de prendre la mesure d'un scénario global des enjeux de durabilité et des principaux facteurs ESG du marché.

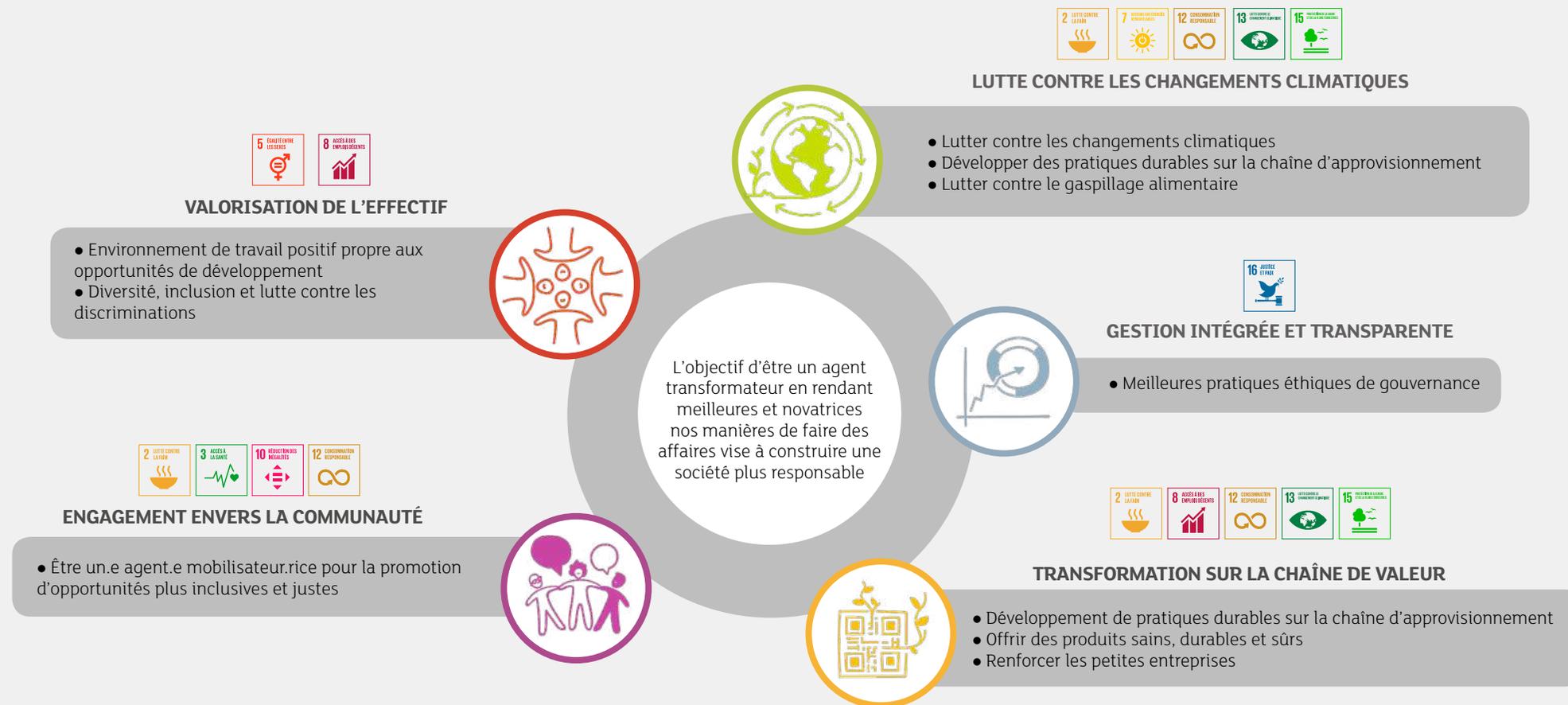


La matrice de matérialité a été construite à partir de:

- L'identification, l'analyse et la priorisation des *stakeholders*, en fonction de leur degré de relation, d'impact et d'adhésion à nos affaires
- L'analyse des principaux enjeux matériels des *frameworks* du marché des capitaux et benchmark sectoriel
- Consultations en ligne auprès de 2.387 personnes, soit des clients, collaborateurs, producteurs, fournisseurs, ONGs, et investisseurs
- Entretiens de profondeur avec des investisseurs, fournisseurs, ONGs, cadres et conseillers afin de comprendre les enjeux et facteurs prioritaires de la durabilité de l'entreprise



Enjeux matériels liés à notre Stratégie de durabilité et aux ODD:



AXES STRATÉGIQUES



ENJEUX MATÉRIELS



ODD PRIORITAIRES



MÉTHODOLOGIES PRINCIPALES

Ce Rapport reprend les meilleures méthodologies internationales afin d'assurer la fiabilité des informations, la transparence et la comparabilité des données, ainsi que la consistance des contenus, en lien avec les indicateurs environnementaux et sociaux de l'entreprise:

GRI – permet le plus haut niveau de transparence des informations sur les impacts des entreprises sur l'économie, l'environnement et la société. Établit un langage global pour que les organisations rapportent leurs impacts, ce qui permet aux entreprises, investisseurs, praticiens des politiques et à la société civile d'utiliser ces informations pour établir un dialogue et prendre des décisions favorables au développement durable. Nous avons choisi l'approche basée sur les indicateurs sélectionnés à partir des contenus généraux GRI (série 102), celle-ci rapporte des informations contextuelles sur une organisation ainsi que ses pratiques de récits de durabilité, conformément au sommaire GRI (page 120).

Méthodologie Groupe Casino – selon une démarche de continuité et de d'évolution, le rapport de l'an 2021 est indépendant eu égard au Grupo Pão de Açúcar. Nous continuons de nous baser néanmoins sur le *Casino Group CSR Program*, une méthodologie exclusive qui répond aux exigences légales et réglementaires françaises, pays siège du Groupe Casino (contrôleur). Les principaux indicateurs sont présentés à la page 122.

ODD – Notre gestion est guidée par le respect des Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies (ONU). Ainsi, dans chacun des titres nous indiquerons les ODD qui s'y rapportent. Ici, nous présentons un aperçu de nos principaux domaines d'actio:



SASB et TCFD – nous suivons aussi les critères SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*), qui établit des critères propres à chaque domaine, en identifiant les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) ayant des impacts matériels sur la performance financière de l'entreprise, et TCFD (*Task Force on Climate Related Disclosures*), dont les indicateurs visent à rapporter l'impact des changements climatiques sur les affaires. Ces deux critères ont été choisis et consolidés par une entreprise indépendante spécialisée.

Rapport intégré – afin de consolider l'approche de contenu intégré, nous présentons également la *Framework* des capitaux et création de valeur partagée de l'entreprise (voir pg. 17), à partir de la proposition respective de l'IIRC (*International Integrated Reporting Council*).



Assaí Campo Grande
Aeroporto (MS)

Questions,
commentaires ou suggestions
sur le Rapport annuel de durabilité
Assaí 2021? Écrivez-nous à l'adresse:
ri.assai@assai.com.br

1

UN TEMPS NOUVEAU SE CONSTRUIT AUPRÈS DES ACTIONNAIRES ET INVESTISSEURS



GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-10



VISION INTÉGRÉE DE NOTRE PERFORMANCE

Assaí en chiffres



PRÉSENT DANS

23

ÉTAT
ET LA CAPITALE



964 MIL m²

SURFACE
VENTES



60.120

COLLABORATEURS



R\$ 45,6 BILHÕES

RECETTES



212 ●
MAGASINS

28 INAUGURATIONS EN 2021



10 ●
CENTRES
DISTRIBUTION



11 ●
BUREAUX
RÉGIONAUX
AUTONOMES



43%

DES VENTES AU
SUD-OUEST

Nos clients: consommateurs, transformateurs (marchands ambulants, restaurants, boulangeries), commerçants (épicerie) et utilisateurs (écoles, églises, hôpitaux, hôtels)



Le premier *cash&carry* au pays, en croissance constante



NOTE: (1) EBITDA corrigé par IRFS 16

CAPITAUX

Financier

- Recettes brutes: R\$ 45.585 M
- Investissement brut de R\$ 3.249 M (+ 152% par rapport à 2020)
- Flux de trésorerie (valeurs nominales + évolution l'an dernier)
- R\$ 21,8 G de valeur de marché le 31/03/22, 59% des actions émises par 'entreprise en circulation libre (794,5 M en actions)

Manufacturier

- 212 magasins
- Présence nationale: 23 États + Capitale fédérale
- 10 CDs
- 11 bureaux régionaux
- E-commerce dans 17 États

Humain

- 60.120 collaborateurs (maj 31/déc/21)
- + de 11 mille emplois créés en 2021 (maj déc/2021)
- 1.964 jeunes apprentis
- 5,4% personnes handicapées dans l'effectif
- Diversité & Inclusion: politiques et pratiques

Intellectuel

- Culture: Simplicité, focus sur le client, passion de travailler, engagement envers le résultat, prendre soins des nôtres, éthique
- Présence nationale et modèle flexible, adaptable aux régions et publics
- Pratiques de développement interne dans tous les secteurs de l'entreprise
- Université Assaí – préparer les personnes pour soutenir la croissance et l'expansion de l'entreprise. Plus de 2,4 M d'heures de formation

Social et de relations

- Forte capacité de création d'emplois
- Engagements, politiques et pratiques pour les droits humains sur la chaîne de valeur
- Engagements, campagnes et actions sociales envers les communautés
- École Assaí Bons Negócios: formation et soutien aux micro et petits entrepreneurs

CRÉATION DE VALEUR



VALEUR CRÉÉE

Financière

- Inscrite sur le Nouveau Marché B3
- 61% de croissance du bénéfice net.
- Croissance solide des recettes, stabilité des dépenses, gains de market share

Manufacturière

- Expansion: 28 inaugurations en 2021 et poursuite du plan d'expansion organique avec l'ouverture d'environ 50 magasins entre 2022 et 2024
- Surface de ventes totale de 964 mille m2 (19%+ par rapport à 2020)
- Expérience client accrue: climatisation, wi-fi, restauration, boucherie et grand parking
 - Nouveau magasin-concept à Rio (Barra da Tijuca)

Humaine

- 88% d'engagement interne
- 26% de femmes parmi les leaders (poste de gérant et supérieur), dont 9% femmes noires
- 45% des leaders autodéclarés noirs (poste de gérant et supérieur)

Intellectuelle

- Participation directe des cadres dans les comités de pratiques corporatives
- Expertise B2B et B2C
- Cadres locaux dotés d'autonomie décisionnelle
- Connaissances et communication régionale en lien avec la diversité des profils de clients
- Plateformes numériques et assistance virtuelle
- Université Assaí: perfectionnement des compétences techniques et comportementales dans tous les niveaux fonctionnels

Sociale et de relations

- Plus de 11 mille nouveaux emplois
- Plusieurs actions de dons de denrées et paniers alimentaires
- Plus de 27 mille nouveaux entrepreneurs enregistrés sur la plateforme éducative École Assaí Bons Negócios, et plus de 9 mille attestations d'études émises cette année



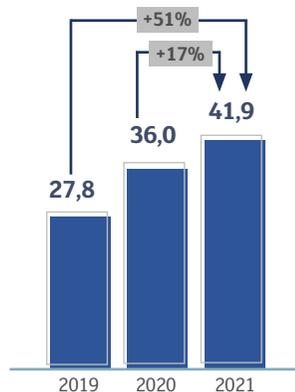
Performance commentée

Toujours impactée par la pandémie de Covid-19, l'année 2021 a été marquée par la hausse de l'inflation grâce à l'augmentation du prix des matières-premières, du chômage et de la restriction du revenu des consommateurs, dont le pouvoir d'achat a diminué.

Malgré ce contexte de défis pour le commerce, nous avons maintenu notre capacité élevée d'exécution, en assurant l'efficacité des opérations et leur croissance rapide. Nos recettes ont atteint le montant record de R\$ 45,6 G, à quoi s'ajoute un gain de *market share* et une forte hausse du bénéfice net (+61%). Le haut niveau de conversion de l'EBITDA en *cash-flow* a soutenu l'expansion et la croissance de l'entreprise. Ces résultats témoignent non seulement de l'efficacité opérationnelle et financière, mais aussi de la résilience de notre modèle.

ADHÉSION PROUVÉE AU MODÈLE D'AFFAIRES

RÉSULTAT NET(1) (R\$ G)



Gains de *Market Share* Total et magasins

Ventes magasins: +4,8%
+19,5% sur 2 ans

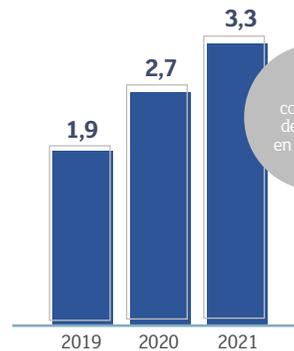
Vente ⁽²⁾ par m ²	2019	2020	2021	Unité
	4,1	4,4	4,5	eur vente/m ² filière <i>cash&carry</i>

(1) Montants comprennent les crédits d'impôt excluant l'ICMS sur la base du calcul PIS/COFINS de R\$ 175M en 2021

(2) Vente brute

EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

EBITDA AJUSTÉ (R\$ G)



Forte conversion de EBITDA en *cash-flow*

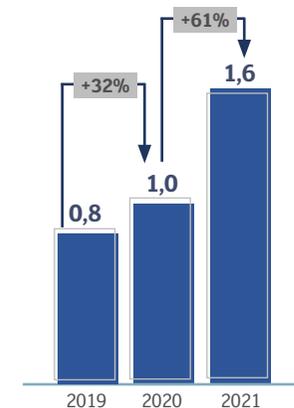
Marge	2019	2020	2021	Niveau
	7,0%	7,5%	7,5%	solide
Marge EBITDA Ajusté ⁽¹⁾⁽²⁾	7,9%			

(1)% Résultat net

(2) Montants comprennent les crédits d'impôt excluant l'ICMS sur la base du calcul PIS/COFINS de R\$ 175M en 2021

FORTE HAUSSE DU BÉNÉFICE

BÉNÉFICE NET(1) (R\$ G)



Marge nette	2019	2020	2021
	2,7	2,8	3,8

(1) Montants comprennent les crédits d'impôt nets d'impôt sur le revenu à la somme de R\$ 470 M en 2021



R\$ MM	2021	2020	2019
Résultat brut	R\$ 45.585	R\$ 39.369	R\$ 30.387
Résultat net	R\$ 41.898	R\$ 35.950	R\$ 27.806
Bénéfice brut	R\$ 7.145	R\$ 5.906	R\$ 4.578
EBITDA ajustée ⁽¹⁾	R\$ 3.319	R\$ 2.696	R\$ 1.947
Marge EBITDA ajustée	7,9%	7,5%	7,0%
Bénéfice net	R\$ 1.610	R\$ 1.003	R\$ 802
Investissement brut	R\$ 3.249	R\$ 1.291	R\$ 1.299

(1) % Résultat net

Résultat net
positif et en
hausse

+16,5%

Hausse du
bénéfice net

+61,0%

(ref. 2021)



Assaí Manaus II (AM)



FAITS MARQUANTS 2021

Un temps nouveau

INVESTISSEMENTS ET EXPANSION

C'est avec enthousiasme que l'entreprise a poursuivi sa trajectoire d'expansion avec rentabilité. Désormais indépendante des opérations de GPA, elle garde les mêmes standards élevés de gouvernance corporative. La scission des entreprises a été approuvée fin 2020 et mise en œuvre dès le début 2021. **L'inscription des actions de Assaí sur la Bourse de Sao Paulo**, selon les normes de gouvernance « Novo Mercado », a eu lieu le 1er mars 2021 en faisant de l'entreprise le seul joueur du *cash&carry* brésilien côté en bourse. L'émission des ADRs (*American Depositary Receipts*) a eu lieu le 8 mars 2021 à la Bourse de New York.

Suivant la scission, les actionnaires détenteurs d'actions de GPA le 26 février 2021 ont automatiquement reçu des actions de Assaí selon la proportion 1:1. Les actions de Assaí ont grimpé en flèche, en enregistrant une hausse de 385% à la fin de sa première journée en bourse B3. L'opération a créé de la valeur autant pour GPA que Assaí. Les principales perspectives de l'entreprise sont désormais communiquées directement aux actionnaires et investisseurs potentiels sur le marché.

Compte tenu de la scission des entreprises, Assaí a ajouté une surface de backoffice en remplacement à l'espace partagé avec GPA. Le modèle d'affaires n'a pour autant pas changé: la compagnie a poursuivi sa trajectoire d'expansion en inaugurant 28 magasins en 2021, un record d'ouverture de magasins en une seule année. Parmi celles-ci, 24 sont inédites, ce qui constitue également un record de construction sur la filière *cash&carry*, ainsi que quatre reconversions.





En décembre, nous avons inauguré un **magasin-concept à Rio** (arrondissement Barra da Tijuca). Il offre un assortiment et des services différenciés pour mieux répondre au public cible. Le magasin propose plus de huit mille produits, dont une large offre de charcuterie, café, boucherie et barbecue, vins et huile d'olive. Le magasin a été conçu selon des normes de construction durable en misant sur l'éclairage naturel et les nouvelles technologies, dont les bornes de recharge pour voitures électriques et des capteurs signalant les places de parking disponibles.

Également, 2021 a vu apparaître un partenariat entre l'entreprise et Cornershop by Uber afin d'assurer **l'entrée de Assaí sur le commerce en ligne**. Ce partenariat, présent dans 17 états brésiliens, permet d'atteindre des nouveaux consommateurs et offre aux clients le confort de faire leurs achats chez Assaí par l'entremise de l'application Cornershop.

Une étape importante a été franchie pour poursuivre le plan d'expansion de l'entreprise en 2021 : l'annonce de la **conversion de jusqu'à 70 magasins Extra Hiper à l'enseigne Assaí**. L'opération ajoutera environ 450 mille mètres carrés en surface de ventes et consolide Assaí dans la course pour la tête de la filière cash&carry au Brésil. La transaction permet à la compagnie d'accéder à des emplacements hautement prisés, protégés, densément peuplés et consolidés au cœur de grands centres urbains où la construction de nouveaux magasins est difficile. La conversion des magasins Extra Hiper toucheront 16 états, en consolidant notre présence nationale. Ces magasins ne sont pas en concurrence directe avec nos unités actuelles, ce qui participe de l'expansion du bassin de consommateurs servis par l'entreprise.



*Magasin concept
à Barra da Tijuca (Rio), à
l'assortiment distinct*

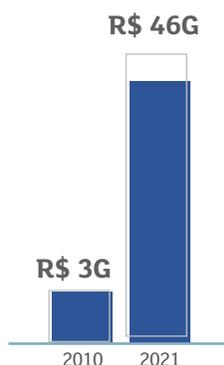




La conversion des magasins Extra Hiper soutient le projet d'expansion en lien avec la stratégie de croissance avec rentabilité de l'entreprise. Ces cinq dernières années, l'entreprise a fait la conversion de 26 magasins Extra Hiper, dont la performance de ventes et de marges est supérieure à la moyenne de l'entreprise. Les nouvelles conversions approuvées en octobre 2021 devraient tripler les ventes par rapport au modèle de l'hypermarché et assurer une marge EBITDA 150 bps supérieure à la moyenne actuelle des magasins Assaí.

Recettes de **R\$ 46G**

Entre 2010 et 2021, les recettes de Assaí sont passées de R\$ 3 milliards à R\$ 46 milliards grâce à l'attractivité du modèle d'affaires et des magasins, à l'amélioration permanente de l'expérience client et à la réussite du plan d'expansion. Notre trajectoire est faite de gain de *market share* et croissance accélérée avec gains de rentabilité et de cash-flow autant dans les contextes économiques favorables que difficiles, témoignant de la résilience du modèle.



EXPANSION RECORD



Nous concluons l'année 2021 avec 212 magasins en opération et une surface de ventes de 964 mille mètres carrés, une hausse de 19% par rapport à 2020. Au dernier trimestre nous avons inauguré 21 magasins, ce qui conforme notre grande capacité d'exécution. Au cours des deux prochaines années, nous poursuivrons la conversion des unités Extra Hiper rachetées au GPA et la construction de nouvelles unités afin de confirmer les projections de recettes de R\$ 100 milliards et 300 magasins en opération d'ici 2024.

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Dans le but de rendre plus agile la prise de décisions et soutenir le processus accéléré d'expansion, des modifications importantes ont été apportées à notre structure administrative. Deux postes de vice-président ont été créés dans les domaines d'Opérations et de Commerce et logistique, respectivement. Deux nouvelles grandes directions régionales ont été ajoutées à l'organigramme de l'entreprise.



Le Marché Libre de l'Énergie

En 2021, nous avons conclu la transition de 92% (194 unités) du bassin de magasins vers le marché dérégulé de l'énergie¹, en augmentant la part d'énergies renouvelables et propres dans notre matrice de consommation d'énergie. Au moment de la transition nous avons choisi d'acheter davantage d'énergie propre, ce qui comprend des sources telles que l'éolienne, la solaire, la biomasse et les petites centrales hydroélectriques. Le système permet en outre une plus grande économie grâce à l'achat directement auprès du fournisseur. Notre réseau est alimenté par trois fournisseurs. En juillet 2021, nous occupons la deuxième place du classement CCEE (Chambre de commercialisation de l'énergie électrique) concernant le numéro d'unités de la catégorie consommateur spécial, dont la demande projetée est égale ou supérieure à 500 kW et inférieure à 1.500 kW.



**Investissements
en énergies propres**



1. L'énergie électrique acquise par Assaí en tant que consommateur spécial (achat d'au moins 500kW) dans le cadre du marché dérégulé d'achat (Marché Libre de l'Énergie) est admissible au programme de subvention de 50% de la facture d'électricité (grâce à l'emploi de sources vertes, comme l'énergie solaire, éolienne ou de biomasse), conformément aux règles de commercialisation établies par ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) pour les consommateurs spéciaux. Sources: § 5e de l'art. 26 de la Loi n° 9.427, du 26 décembre 1996; REN ANEEL 745 du 22.11.2016.



AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Ces dernières années, l'achat chez Assaí est devenu intéressant non seulement pour les personnes morales mais aussi pour les particuliers, dont la consommation de denrées à la maison a augmenté, tout comme la quête pour des prix toujours plus bas.

Notre croissance a été accompagnée d'investissements permanents pour une meilleure expérience de client, dont l'adaptation et l'élargissement de l'offre, dont l'ouverture de l'espace boucherie, et l'investissement en éclairage et réfrigération pour rendre nos magasins plus attractifs pour tous les publics. La quête d'emplacements stratégiques dans les grandes villes, l'augmentation de l'effectif et l'investissement en formation continue, et d'autres initiatives assurent notre compétitivité.



l'Espace du client

Nous investissons en technologie pour améliorer le service à la clientèle, et faciliter l'accès aux informations sur les magasins, produits et services. Nous avons inauguré l'Espace du client et des nouveaux canaux de communication avec le client, dont *WhatsApp*. Nous avons mis en ligne l'assistante virtuelle SOL, dont le nom est un hommage à la marque (Assaí signifie soleil levant, en japonais). Elle peut solutionner jusqu'à 80% des questions. Toutes les autres questions sont traitées par nos collaborateurs.

Sol, l'assistante virtuelle Assaí





Sondages

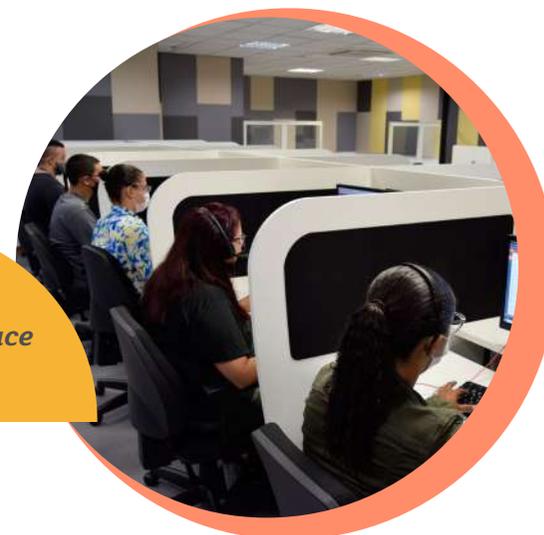
Nous menons régulièrement des sondages pour connaître la satisfaction et les besoins des clients à travers le pays. Tous les ans, un sondage national est mené auprès des clients en magasin par échantillon. Le but de l'enquête c'est d'évaluer leur perception, ce qui nous permet de penser et mettre en œuvre des plans d'actions pour améliorer l'expérience client en magasin. En vertu des mesures de distanciation sociale, l'enquête n'a pas pu être menée en 2021, elle aura donc lieu au début du 2nd semestre 2022.

Si l'enquête national n'a pas eu lieu, des magasins stratégiques ont été choisis au cours de l'année pour appuyer notre processus d'amélioration permanente. Par exemple:

- Un sondage mené auprès des clients dans 14 magasins de cinq états brésiliens a permis d'identifier les opportunités qui s'offrent à Assaí par rapport à la stratégie promotionnelle, au service au client, à l'assortiment, au fonctionnement du magasin, à la communication, etc.
- Le sondage de satisfaction mené dans plus de 20 magasins afin de comprendre la perception des clients du nouvel espace boucherie et d'identifier des points à améliorer. La plupart des clients évaluait leur expérience comme « très bonne ». À propos des améliorations, on a signalé l'attente, le service, l'environnement, le prix et l'apparence des produits. Ces résultats ont mené à la mise en œuvre d'un plan d'amélioration avec les particularités de chaque région.
- Un questionnaire en ligne a permis de connaître la perception des clients à propos du service, de l'assortiment des produits, des prix, de l'aménagement des magasins, du parking, etc. Ces résultats ont également permis d'obtenir des informations sur la loyauté et la satisfaction des clients au moment de l'achat (système de points NPS) et d'identifier les améliorations à apporter à l'opération.

En 2021, nous avons atteint le NPS 53. Nous avons également identifié que 63% des clients participant aux enquêtes de mai et de juin ont répondu à la question « quelle est votre probabilité de recommander Assaí à vos amis et famille ? » en donnant les deux meilleures réponses: 9 ou 10.

L'équipe de l'Espace client Assaí



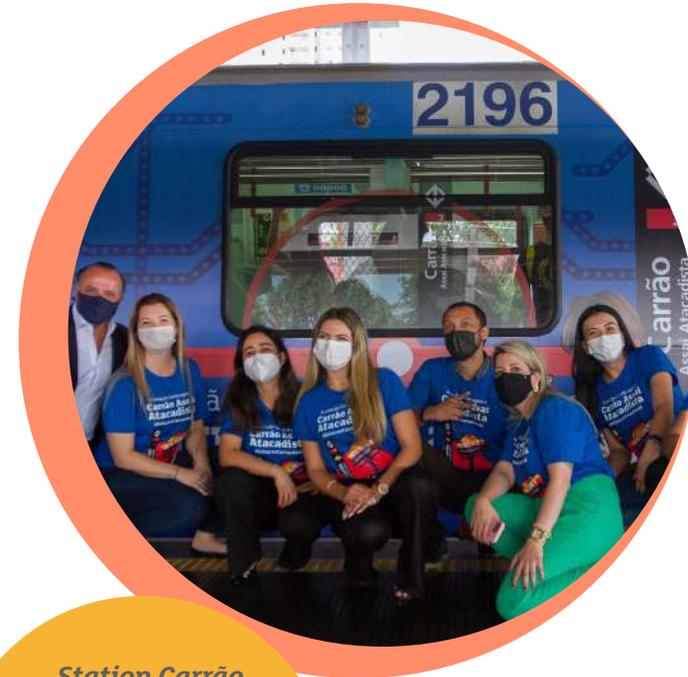
Le prix NPS Awards, organisé par Exame et SoluCX (voir page 29) nous a été décerné. Le voici Marly Yamamoto, Directrice de Marketing et gestion du client, avec le trophée.





Station Carrão-Assaí Atacadista

La station Carrão de la ligne 3-Rouge du Métro de Sao Paulo a été renommée Carrão-Assaí Atacadista. C'est au quartier Carrão, dans l'est de Sao Paulo, que le premier magasin Assaí a été ouvert. Le changement est intervenu grâce à une entente de naming right avec Métro de Sao Paulo. C'est non seulement le nom de la station, mais toute la communication visuelle qui portera le nom de notre marque, dont les cartes du réseau de métros, le site Web et les médias sociaux, et les rappels sonores dans les trains.



*Station Carrão
du Métro affichant la
marque Assaí*





Espace boucherie

L'offre de viandes a été qualifiée par l'arrivée de la boucherie. Une équipe de bouchers et préposés formés accueille les clients de manière personnalisée pour couper ou hacher les morceaux selon leurs préférences et besoins. Un large choix de découpe de bœuf, porc et volailles de haute qualité à prix compétitifs est offert au sein d'un espace moderne et équipé. Le succès du projet pilote initié en 2020 dans cinq magasins a mené à son expansion sur d'autres unités à travers le pays. En tenant compte de la diversité des habitudes de consommation régionales, les noms des découpes ont été adaptés selon les désignations locales et l'offre répond aux préférences de chaque région. Le projet se distingue aussi par l'inclusion de personnes âgées de plus de 55 ans parmi l'effectif de la boucherie afin de créer des opportunités d'emploi et de croissance professionnelle pour les personnes des toutes les générations.

Qualité
à prix
compétitifs





Reconnaissance

Une vingtaine de prix, classements et reconnaissances ont mis en valeur l'entreprise sur le marché, dont:



VALOR 1000

2e place catégorie Vente au détail
22e place Grandes entreprises

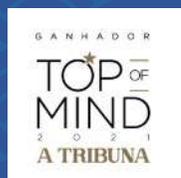
Le classement se base sur les données comptables et financières publiques des entreprises, dont les recettes, dépenses, marges et dettes



PLUS GRANDS ET MEILLEURS EXAME

17e place

Le classement reprend la performance financière des entreprises et met en valeur celles qui se sont réinventées face à la pandémie.



NOTORIÉTÉ TOP OF MIND A TRIBUNA

1re place – Grossiste

Décerné par le groupe médiatique *A Tribuna*, il célèbre les marques les plus connues dans la région par les consommateurs locaux au long de l'année.



BRAND FINANCE & ÉPOCA NEGÓCIOS

6e place – Valorisation de l'entreprise
9e place – Renforcement de l'entreprise

L'étude compare les réponses de 50 mille consommateurs, les données financières recueillies par Bloomberg dans 29 pays et les analyses de réputation, innovation, coûts-avantages, relation émotionnelle, recommandation et qualité.



NPS AWARDS/ EXAME ET SOLUCX

1e place- catégorie Supermarché

Le NPS Awards reconnaît les entreprises qui se distinguent en loyauté des clients, en employant une méthodologie spécialement conçue pour analyser le comportement des consommateurs dans leurs relations avec les entreprises.



SBVC – RANKING DÉTAILLANTS

2e place – Vente au détail
2e place – Supermarchés

La SBVC (Société brésilienne de la vente au détail et du commerce) publie annuellement un classement des 300 plus grands détaillants au Brésil



ENTREPRISE PLUS – O ESTADO DE S. PAULO

1re place – Vente au détail
2e place – Entreprises à grand impact

En partenariat avec Austin Ratings et FIA (Fundação Instituto de Administração), l'enquête évalue la performance dans 27 secteurs et de plus de mille sociétés ouvertes ou fermées par l'analyse des données sur les résultats, les bénéfiques, la portée et la solidité historiques.



Pactes et Associations

Nous sommes les signataires d'initiatives et de mouvements qui visent à contribuer à une société plus responsable et inclusive. Nous œuvrons ensemble pour surmonter les défis du développement durable en adoptant les meilleures pratiques dans le commerce



Accord environnemental Sao Paulo – Encourage les entreprises, associations et municipalités à assumer volontairement des engagements pour la réduction des émissions à effet de serre afin de contenir le réchauffement de la planète sous le seuil de 1,5 °C, en lien avec l'effort international lancé par l'Accord de Paris de 2015 et consolidé par la COP26, à Glasgow, en 2021.



Depuis 2019 nous rejoignons **l'Unstereotype Alliance**, un programme de l'ONU Femmes qui réunit des leaders de marché dans le but commun de supprimer les stéréotypes liés au genre de leurs publicités.



Association brésilienne des épicerie-grossistes (ABAAS) – Nous sommes associés à l'ABAAS depuis sa fondation, en 2014. Elle représente le secteur grossiste auprès des entreprises, de l'industrie, des clients, et des pouvoirs publics municipaux, étatiques et fédéraux.



Association brésilienne de supermarchés (Abrás) – Nous sommes associés à l'entité depuis sa fondation, en 2009. Abrás représente, intègre et promeut le développement du secteur de supermarchés à travers le pays, en maintenant un dialogue ouvert de négociation avec les

Gouvernements municipaux, étatiques et fédéral. Nous sommes associés aux chapitres régionaux d'Abras, dont l'Asserj (Association de l'état de Rio de Janeiro), l'Amis (Association des supermarchés de Minas Gerais), l'Amase (Association des supermarchés de l'Amazonas) et l'Abase (Association des supermarchés de Bahia).



Association brésilienne de détaillants du textile (ABVTEX) – Depuis 2007, nous sommes membres de l'ABVTEX, qui œuvre dans la défense des intérêts de l'industrie et du commerce des textiles et vêtements.



Association de supermarchés de l'état de Sao Paulo (Apas) – Membres depuis 2009 pour réunir les entrepreneurs de supermarchés de l'état de Sao Paulo afin d'intégrer la chaîne d'approvisionnement, de professionnaliser le secteur, d'assurer l'excellence d'opération et d'identifier les tendances de la vente du détail.



Coalition Brésil climat, forêts et agriculture – Mouvement multisectoriel traitant des questions en lien avec les changements climatiques sous le prisme d'une nouvelle économie basée sur les faibles émissions de GES (gaz à effet de serre). Il propose des mesures concrètes pour la fin de la déforestation et l'exploitation illégale de bois, la récupération des aires dégradées, l'aménagement rural, la protection sociale des communautés, ainsi que l'encouragement à la production compétitive et durable de denrées, produits forestiers et bioénergie.



Fédération du commerce des biens, services et tourisme de l'état de Sao Paulo (Fecomercio) – Nous appartenons à Fecomercio SP depuis 2009. L'entité représente les intérêts des entreprises du secteur et développe une action en lien avec la promotion de la croissance économique du pays.



Coalition d'entreprises pour la fin de la violence contre les femmes et les filles – Dans le but d'augmenter la visibilité de l'enjeu et soutenir la lutte contre la violence contre les femmes, nous avons rejoint plus de 130 entreprises brésiliennes qui se mobilisent pour promouvoir des actions de transformation visant à rendre les différents espaces de la société sécuritaires, accueillants et libres de toute forme de violence.



Forum d'entreprises et droits LGBTI+ - Afin de soutenir notre engagement envers le respect et l'égalité de traitement indépendamment de l'orientation sexuelle ou de l'identité et expression de genre pour toutes et tous, nous avons rejoint le Forum de sociétés et droits LGBTI+. Il s'agit d'un réseau de sociétés mobilisées pour la reconnaissance et la promotion des droits des personnes LGBTQIA+.



Groupe de travail de l'élevage durable (GTPS) – Réunit les représentants de divers maillons de la chaîne de production de l'élevage. En tant qu'associés, nous renforçons notre présence sur la chaîne des viandes, cruciale pour Assaí, afin d'améliorer constamment les activités et d'adopter les meilleures pratiques auprès des éleveurs.



Groupe de travail des fournisseurs directs (GTFI) – Principal forum de discussions sur les solutions de traçabilité, surveillance et transparence axées sur le contrôle de la déforestation auprès des fournisseurs indirects.



Assaí est associé à **Institut Ethos d'entreprises et responsabilité sociale**, une organisation d'intérêt public de la société civile qui œuvre depuis plus de 20 ans en faveur d'une société plus juste, diverse, inclusive et durable. L'association permettra à l'Institut Ethos d'appuyer Assaí dans le perfectionnement de ses politiques et pratiques socio-environnementales par l'entremise de groupes de travail, conférences, l'accès aux tendances et contenus spécialisés, entre autres.



Institut pour le développement du commerce de détail (IDV) – Nous sommes membres depuis 2009 de l'IDV afin de renforcer la représentation des détaillants auprès de différentes enceintes nationales.



Principes d'autonomisation des femmes – Assaí a fait de ces principes des lignes directrices de la consolidation de nos pratiques en équité de genre au sein de l'effectif et de l'ensemble de la société.



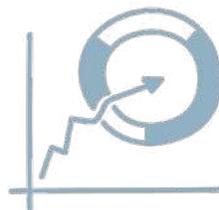
Réseau des entreprises pour l'inclusion sociale – Assaí participe à cette initiative de promotion des meilleures pratiques en inclusion au travail par l'addition et l'union des différentes initiatives de la société favorisant l'emploi des personnes handicapées. Cet engagement consolide notre position au chapitre de l'inclusion et du développement de plus de 3 mille personnes handicapées engagées dans nos magasins, CDs, bureaux et siège social.



GOUVERNANCE CORPORATIVE

Notre engagement:

Consolider les pratiques sociales, environnementales et de gouvernance à partir de relations éthiques et transparentes avec nos *stakeholders*.



Assaí Mussurunga (BA)

Principes et philosophie

GRI 102-16

Nous voulons contribuer au développement d'un environnement durable d'affaires ainsi qu'à la création d'une société plus juste et égalitaire. Nos actions sont ancrées dans le respect de l'éthique et l'intégrité, et des législations en vigueur. Le respect et la mise en valeur des personnes, la lutte contre toutes les formes de discrimination, la transparence et le soin dans nos relations avec les publics sont les principes qui nous guident.

Notre Culture met en avant la valorisation de nos origines. Nous sommes fiers de nos origines et de notre simplicité. Nous cherchons à travailler de manière objective, claire, pratique et efficace, en respectant et en prenant soin de toutes et tous. Pour ce faire, nous savons qu'il est fondamental d'être empathique, de savoir écouter et de coopérer. Nous restons concentrés sur notre client. Ceci exige d'être conscients de qui nous sommes,



de ce que nous offrons et de qui sont les communautés au sein desquelles nous sommes insérés. Nous devons les prendre en conscience dans chaque décision et avoir le sens de l'urgence pour régler les problèmes qui les affectent. Nous sommes passionnées de ce que nous faisons. Ce sentiment se traduit par le plaisir de servir, par l'équilibre émotionnel, par l'engagement et la motivation de nos collaborateurs. Nous voulons être des acteurs qui comptent pour faire la différence.

Nous sommes engagés envers les résultats de notre travail. La productivité et l'agilité sont au cœur de notre action. Au quotidien, nous encourageons toutes et tous à se sentir les propriétaires de la société pour que la vision critique des activités et la coopération puissent se développer. Le succès de l'entreprise dépend de l'attention aux dépenses afin d'offrir des tarifs attractifs tout comme de l'ouverture aux changements et à l'innovation.

Nous savons que l'éducation et les connaissances en gouvernance sont essentielles pour soutenir la croissance de l'entreprise, la consolidation d'un lien de confiance avec nos clients, actionnaires et investisseurs et la prise de décision. Elles permettent d'améliorer et de construire les meilleures pratiques afin que l'éthique et la transparence puissent intégrer nos activités quotidiennes.

65,5 mille heures de formation en éthique, régulation, lutte contre la corruption et LGPD ont été données cette année. Pour chaque sujet, nous avons formé 29,6 mille, 2 mille, 2,6 mille et 37,3 mille collaborateurs, respectivement. Des thématiques afférentes ont été abordées aux formations des leaders, à l'intégration et aux formations spécifiques.



Formation et connaissances en gouvernance pour nos collaboratrices et collaborateurs





Dans le but de soutenir, appuyer et répondre aux défis de l'ouverture du capital, nous avons lancé en 2021 le **Programme de formation en Gouvernance corporative** (voir page 59). Le programme est offert par l'Université Assaí, en partenariat avec la firme PwC et l'IBGC, l'Institut brésilien de gouvernance corporative, à toutes les personnes qui exercent une fonction de leadership au sein de l'entreprise.



Keila Moreschi,
Analyste de *Compliance*



Notre engagement est d'accomplir le bien indépendamment des normes, codes ou lois, parce que ce qui est bien crée de la valeur durable, protège notre entreprise et met en valeur sa marque. En 2021, des initiatives importantes ont été réalisées: nous nous sommes associés à l'Institut Ethos afin de tenir, en octobre, le 1^{re} Semaine de l'Éthique et Compliance, où nous avons discuté des enjeux comme la corruption, les conflits d'intérêts et l'éthique, la conduite de nos partenaires commerciaux selon nos principes et valeurs. Nous offrons nombreuses formations sur ces enjeux à l'Université Assaí et donnons constamment des orientations à nos collaborateurs. Sur Intranet, nous diffusons nos Politiques anticorruption et sur les conflits d'intérêts, le Code d'Éthique et d'autres documents normatifs afin que chacun puisse accéder aux principales normes de conduite qu'il doit respecter.





Gouvernance de la durabilité

La Direction de gestion de personnel et durabilité, qui répond directement à la Présidence, et le Comité de gouvernance corporative et durabilité, lié au CA (Conseil d'administrative), sont les organes responsables de la conception, la recommandation, la mise en œuvre et le suivi des stratégies en ESG. Ils ont également un rôle de mobilisation pour assurer l'adhésion transversale aux exigences de la durabilité parmi toutes les unités et les départements de l'entreprise. Des équipes techniques responsables de la conduite et la mise en œuvre des plans d'action viennent en leur aide.

Toutes les activités et les performances en lien avec des enjeux dont la diversité, les changements climatiques et les impacts socio-environnementaux sont suivies par des *Key Performance Indicators*, eu égard aux cibles préétablis, et analysées dans le cadre du plan stratégique arrêté et approuvé par le Comité de gouvernance corporative et durabilité. Celui-ci est responsable également de diriger et guider l'adoption des meilleures pratiques en durabilité liées au modèle d'affaires de Assaí, et de surveiller les principales tendances et défis socio-environnementaux, et la performance ESG.

Depuis 2016, le respect des objectifs de durabilité, mesurés par l'ISD (Index de durabilité et diversité), impacte la composition de la rémunération

variable des leaders, dont le PDG et les directeurs, les gérants, les coordonnateurs, les consultants et spécialistes des domaines corporatifs ainsi que les gérants et sous-gérants des magasins, les chefs de section, les chefs d'opérations et les chargés des Centrales de distribution. Ainsi, nous consolidons notre engagement envers l'efficacité de notre stratégie socio-environnementale, matérialisée par des cibles et objectifs.

Notre stratégie socio-environnementale est présentée devant le Comité de gouvernance corporative et durabilité. Elle est ratifiée par le Conseil d'administration, qui oriente l'accomplissement de nos objectifs. Le suivi des lignes directrices dans tous les domaines de l'entreprise concernés est facilité par la Direction de gestion de personnel et durabilité.

Dans le cadre de nos communications, nous respectons les règlements du marché des capitaux ainsi que nos engagements envers la transparence auprès de nos actionnaires et investisseurs. Nous privilégions le sens de l'opportunité et de l'assertivité dans la diffusion des informations sur notre trajectoire. La diffusion des résultats des actions et projets est notamment l'objet du Rapport annuel de durabilité, des rapports trimestriels des résultats et des rapports extraordinaires, le cas échéant.



Structure administrative

GRI 102-10, 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23

Nous sommes côtés dans « Novo Mercado », le niveau le plus élevé de gouvernance corporative de B3. Le respect d'un règlement rigoureux et des normes de la CVM (Commission des valeurs mobilières), ainsi que des lois en vigueur, doit être observé afin d'assurer le maintien à ce niveau. L'adhésion à ces normes est exprimée dans nos Statuts et sur nos Politiques et règlements internes.

Notre structure administrative satisfait des normes d'excellence de gestion et assure le suivi de la performance de la société dans l'accomplissement de ses objectifs, en application des valeurs en engagement assumés auprès des *stakeholders*.

**Siège
administratif**





- Le **Conseil d'Administration**, composé de neuf membres, dont trois indépendants, et de représentation féminine, définit les politiques générales et la stratégie à long terme de l'entreprise. Il peut approuver ou modifier les plans d'investissements, délibérer sur l'émission d'un nombre d'actions ne dépassant pas les limites de capital autorisées, surveiller la gestion des directeurs, parmi d'autres fonctions à caractère stratégique.
- La **Direction Statutaire**, élue par le Conseil d'administration pour un mandat de deux ans, avec possibilité de réélection, est composée de cinq membres, qui assurent la représentation légale de l'entreprise et la mise en œuvre des lignes directrices fixées par le Conseil et l'administration.
- Cinq comités, dont les membres sont nommés d'administration, pouvant inclure un membre externe, pour un mandat de deux ans avec possibilité de réélection, conseillent la haute direction de l'entreprise: Comité de gouvernance corporative et durabilité, Comité d'audit, Comité de personnel et culture, Comité financier, et Comité stratégique d'investissement.

Le **Comité de Gouvernance Corporative et Durabilité** recommande et accompagne l'adoption des meilleures pratiques de gouvernance corporative et durabilité. Il coordonne la mise en œuvre de ces pratiques.

Le **Comité d'Audit** dispose des attributions légales du Conseil fiscal et répond aux exigences de la loi Sarbanes-Oxley. En fonction des règlements du « Novo Mercado », il est actuellement composé de cinq membres, et parmi ses trois membres indépendants l'un est hautement reconnu par son expérience dans le domaine de la comptabilité des sociétés.

Le **Comité de Personnel et Culture** est responsable d'assurer la pluralité et la complémentarité d'opinions dans les processus de prise de décision chez Assaí. Il examine les candidats au Conseil d'administration et ses comités de conseil, tout comme les candidats du Conseil d'administration à la Direction statutaire, sur la base de leurs expériences professionnelles, leur capacité technique, et leur représentativité économique, sociale et culturelle.

Le comité est également responsable de l'approbation des directives de rémunération de l'entreprise.

Le **Comité Financier** analyse, révisé et recommande des mesures et des actions pour l'adoption des meilleures pratiques économiques et financières par l'entreprise. Il participe aux décisions d'investissements et d'affaires afin d'assurer la santé financière de l'entreprise.

Le **Comité Stratégique et d'Investissement** fait le suivi et des recommandations à propos des investissements et de la mise en œuvre des meilleurs processus et pratiques en lien avec les tendances technologiques et d'innovation.

[Cliquez ici](#) pour découvrir la composition de toutes les instances de gouvernance corporative chez Assaí et accéder au curriculum de leurs membres. Pour plus d'informations, accédez au [Formulaire de référence](#).





Outils de gouvernance

GRI 102-16, 102-17, 102-30

Nous améliorons constamment notre gestion grâce à des politiques alignées sur nos valeurs et objectifs de construire un environnement d'affaires juste et de soutien au développement socioéconomique respectueux de l'environnement. Nous adoptons des principes et pratiques rigoureux et valorisons la transparence. Accédez à l'ensemble des documents,

en cliquant ici. 

Code d'Éthique – Synthétise les principes qui régissent nos actions par rapport aux leaders, administrateurs, collaborateurs, fournisseurs, partenaires d'affaires et prestataires de services. Il énonce les attentes, les principes et les directives que toutes et tous doivent suivre dans leurs relations avec les *stakeholders*. Le document établit les directives pour la conduite des affaires et des relations avec l'État, les partenaires commerciaux et les collaborateurs, les politiques anticorruption, les conflits d'intérêts, les contributions et les commandites, l'ombudsman, les sanctions et mesures disciplinaires, la gestion du comité d'éthique, les relations et ententes avec les pouvoirs publics et le contrôle fiscal.

Politique Anticorruption – Établit les critères de la lutte contre la corruption, conformément aux exigences des lois brésiliennes (Lei Anticorrupção), de la loi étatsunienne sur les pratiques de corruption à l'étranger (FCPA – *Foreign Corrupt Practices Act*) et de la loi française sur les pratiques de corruption (Loi Sapin II).

Politiques de Sanctions et Mesures Disciplinaires – Définit les directives d'application des mesures disciplinaires et de licenciement des collaborateurs fautifs eu égard aux législations en vigueur, au code d'éthique et aux politiques de l'entreprise.

Politiques de l'Ombudsman – Prévoit les directives pour l'appel à l'ombudsman dans le but d'évaluer et de remédier à des signalements afin d'assurer l'adhésion et la cohérence des valeurs éthiques, institutionnelles et universelles dans les relations que Assaí établit avec ses entreprises et les publics.

Politique de Transactions Avec Parties Liées – Définit les procédures nécessaires pour assurer que les transactions conviennent aux intérêts de l'entreprise et des entreprises qu'elle contrôle tout en satisfaisant les principes de transparence et de commutativité. Elle cherche à prévenir et à remédier aux situations de conflit d'intérêts.

Politique de Nomination et de Rémunération des Membres du Conseil d'Administration – Présente les critères qui doivent être observés dans la nomination et la rémunération des membres du Conseil d'administration, des comités de conseil, de la Direction statutaire et du Conseil fiscal.

Politique de Diffusion et d'Utilisation de l'Information et de Préservation de la Confidentialité – Rapporte les règles à suivre par la Direction de relations avec les investisseurs ainsi que par toute autre personne tenue de diffuser des informations sensibles afin de maintenir la confidentialité de l'information qui n'a pas été portée à la connaissance publique, en application des règlements du marché des capitaux.

Politique de Privacité – Explique de manière claire et accessible comment les renseignements des principaux publics de Assaí sont collectés, traités, partagés, et archivés. Explique également comment la transparence et la protection de la privacité de ces données sont assurées.

Politique de Gestion Environnementale – Présente les principes, les engagements et les lignes directrices guidant l'action de l'entreprise, de ses collaborateurs et de ses prestataires de services en lien avec la durabilité et la gestion environnementale, en application des législations en vigueur et des Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies.



Politique de Négociation des Valeurs Mobilières – Conçue selon les dispositions de la Résolution CVM 44/2021, cette politique fixe les règles et les procédures de la négociation des valeurs mobilières. Elle a pour but d'assurer des pratiques de bonne conduite et éviter l'utilisation inadéquate d'informations privilégiées.

Politique de Gestion des Risques Corporatifs – Vise à établir les principes, les concepts, les lignes directrices et les responsabilités concernant l'identification, l'analyse et l'évaluation des risques pouvant porter atteinte aux objectifs stratégiques et à la protection de la création de valeur par l'entreprise. Définit encore les outils de contrôle et de surveillance des expositions de manière à incorporer la prise en compte des risques à la prise de décision, en application des exigences légales et des meilleures pratiques et méthodologies du marché.

Politique de Diversité et des Droits Humains – Dans le but de créer un environnement sans discrimination mettant en avant le respect et l'égalité des opportunités, cette politique vise à présenter de manière transparente les positions et les lignes directrices assumées publiquement par l'entreprise en lien avec la diversité, l'inclusion et les droits humains.

Politique Socio-Environnementale Pour l'Achat de la Viande Bovine – Fixe les critères adoptés pour l'achat de viande bovine sur la base des principes d'intégrité, conformité et durabilité. Son but est de veiller au respect du Code forestier et des législations, et de lutter contre la déforestation. Elle stimule le respect du régime foncier, de conditions de travail décentes et des droits des communautés traditionnelles et des peuples autochtones.

Éthique

Nous sommes d'avis que l'éthique est plus qu'un élément de notre culture, elle est une valeur présente au quotidien de chacun d'entre nous, dans les relations autant à l'intérieur qu'à l'extérieur de Assaí. Elle est exercée à travers la transparence, le sens de la responsabilité, le bon comportement, la priorisation et la valorisation des personnes, indépendamment de leur position ou de l'entreprise qu'elles représentent. Agir de manière éthique **c'est faire le juste, de la manière juste**, et de mettre l'éthique et l'intégrité au cœur des toutes les relations, visant à obtenir le meilleur pour la durabilité des affaires. Nous sommes toujours guidés par nos valeurs afin de construire, à chaque jour, un Temps nouveau de réussites.

Le **Comité d'Éthique** veille au respect du Code d'éthique, analyse les infractions éventuellement commises et propose la mise à jour des politiques internes. Il répond aux questions sur l'interprétation des lignes directrices du Code et prend des décisions lorsque le Code n'est pas suffisamment explicite. La planification d'activités régulières de prévention des écarts de conduite, de définition des politiques de sanctions et de proposition de changements du Code à soumettre au Comité d'audit relèvent également du Comité d'éthique.

Cette année, nous avons organisé la **1re Semaine de l'Éthique et Compliance**, où des enjeux comme la lutte contre la corruption, les conflits d'intérêts, la sécurité de l'information, l'éthique, les objectifs et les legs de carrière ont été abordés. Un total de 2.283 heures de formation a permis de renforcer les connaissances de nos collaborateurs sur ces enjeux.



OMBUDSMAN

L'Ombudsman relève de la Direction de gestion de personnel et durabilité. Il est responsable par le canal où sont déposées les plaintes des attitudes pouvant déroger au Code d'éthique, à la culture et aux valeurs, ainsi qu'aux politiques internes et les législations en vigueur. Notre mission va au-delà de l'application de mesures disciplinaires ou punitives: nous contribuons à un environnement plus sain et respectueux en veillant à la mise en œuvre de mesures structurantes, et à l'adhésion et à la cohérence des valeurs éthiques et institutionnels de Assaí dans les relations avec le public. L'ombudsman répond au Comité d'éthique, qui fixe les paramètres de son action.

Les comportements illégaux ou antiéthiques peuvent être dénoncés auprès de l'Ombudsman Assaí et sont enregistrés par un outil indépendant qui reçoit les plaintes internes et externes, indépendamment du poste ou de la situation du dénoncé. Toutes les plaintes reçues sont étudiées et traitées selon la **Politique de sanctions et mesures disciplinaires**.
Indépendamment des conclusions de l'étude préalable, la confidentialité et l'anonymat du plaignant sont assurés.

L'ombudsman analyse les rapports classés recevables, irrecevables, non concluants et dont l'étude n'a pas été possible. Des mesures éducatives ou punitives peuvent être appliquées dont l'orientation, l'avertissement,

	2021	2020	2019
Chiffre de ocorrências relacionadas a temas do Código de Ética (quantidade)	3.105	2.403	1.858
Ocorrências relacionadas a temas do Código de Ética analisadas e tratadas (%)	100%	100%	100%

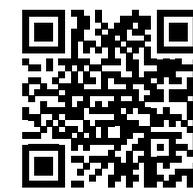
la suspension, et le licenciement du collaborateur. Une attention particulière est portée à la prévention, avec l'identification et la réparation des cas de corruption, fraude, blanchiment d'argent, harcèlement, discrimination et autres violations prévues au Code d'éthique. Celles-ci seront analysées par le Comité d'éthique et punies avec rigueur, le cas échéant.

Les données sont analysées et comptabilisées pour la transmission et la surveillance mensuelle par le Groupe Casino et le Comité d'éthique, et sont transmis semestriellement au Comité d'audit.

Des chiffres divers sont portés au Comité d'éthique: des thèmes les plus récurrents aux magasins où plus de manifestations ce sont produites.

Les médias sociaux, l'Espace client, les services internes de presse, et les contacts suivants sont à votre disposition:

Téléphone: 0800 777 3377
Courriel: ouvidoria@assai.com.br



L'Ombudsman est accessible depuis notre site, du lundi au samedi, de 8h à 20h



Compliance

GRI 102-16, 102-17

Faire c'est qui est bien de la bonne manière peut favoriser un environnement d'affaires durable et une société plus juste. C'est notre manière de penser et d'agir. Nous nous engageons envers les normes éthiques et respectons les lois et les règlements dans nos pratiques quotidiennes.

Le domaine de Compliance a pour but de contribuer à la promotion d'une culture de l'éthique et des meilleures pratiques d'intégrité chez Assaí tout comme auprès de nos collaborateurs et partenaires, dont les clients, les fournisseurs, les actionnaires, les pouvoirs publics, les entrepreneurs sociaux qui bénéficient de commandites, dons et contributions.

Suivant la scission de GPA et Assaí, en 2021, et afin de continuer à suivre les meilleures pratiques en gouvernance corporative, une importante évolution a été promue avec la structuration de la Compliance et la réalisation d'une étude (avec le soutien de consultants indépendants) afin de déterminer ses attributions et compétences. Ce nouveau secteur s'occupe du respect de l'intégrité par nos collaborateurs. Au-delà des

réglementations, nos perceptions personnelles de l'éthiques importent également. C'est pourquoi la synergie entre les valeurs de l'entreprise et des personnes devient fondamentale lorsqu'il est question de faire vivre éthique dans toutes nos interactions. Le secteur répond au défi de consolider ces fondements au sein du Programme de Compliance. L'intégrité est vouée à guider la prévention, l'identification, la surveillance et l'amélioration des pratiques quotidiennes basées sur nos valeurs.

Le secteur travaille en coopération avec l'ombudsman, les RH, la recherche corporative, l'audit interne, les contrôles internes, les finances et le département légal afin d'identifier les situations de risque liées aux violations du Code d'éthique et d'adopter les mesures adéquates. Il doit présenter avec l'ombudsman des propositions d'action dans les cas de violation des lois, normes et règles en vigueur.

La Compliance a enfin la responsabilité d'assister la mise en œuvre des meilleures pratiques identifiées par le Comité d'éthique chez Assaí.



Gestion des risques, sécurité cybernétique et des données

GRI 102-30, 102-33

Notre Politique de Gestion des Risques s'inscrit dans le processus de gouvernance corporative. Elle a pour but d'introduire dans la prise de décision la prise en compte des situations où les objectifs et les processus de création et de protection de la valeur de l'entreprise et ses unités peuvent être remis en cause. Pour ce faire, nous introduisons des outils de contrôle et de surveillance des expositions, en conformité aux règlements légaux et à notre Code d'éthique, qui permettent d'identifier et traiter les risques afin d'assurer l'atteinte des objectifs.

Dans la structuration de ce processus, le secteur comprend la gestion opérationnelle, le contrôle et le soutien, et les audits interne et externe.

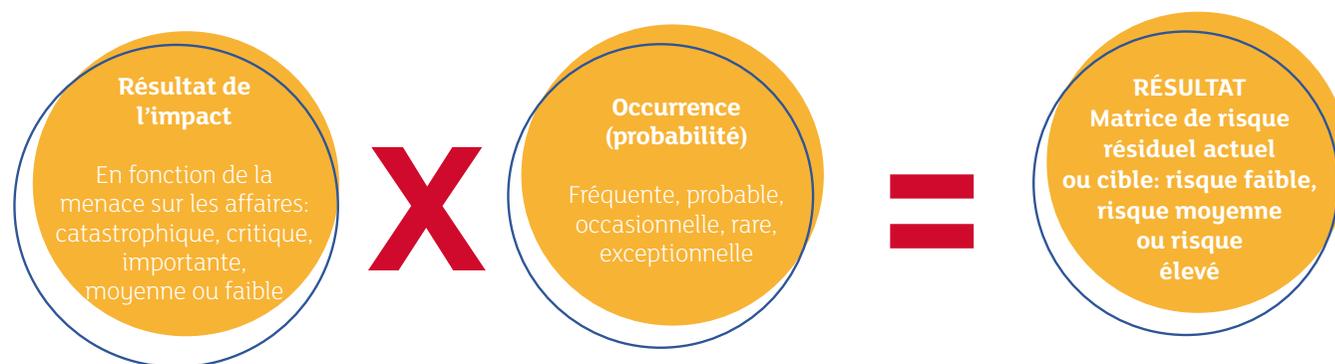
Le processus de gestion du risque est dirigé par la Direction des risques et audit, qui répond directement au Comité d'audit. Dans la pratique, ceci concerne l'ensemble de l'entreprise: nombreux secteurs et instances décisionnaires participent à l'identification et à l'analyse des risques, dont le Conseil d'administration, le Comité d'audit, le Comité de gouvernance et durabilité, la Présidence exécutive, les Contrôles internes, la Sécurité de l'information, l'Audit, les Risques et Compliance, et les « propriétaires du risque », qui traitent directement des situations de risque pour les affaires.



Dans le cadre de l'analyse des risques, nous adoptons des processus avancés de gestion internationale de prévention de risque. Nous suivons les orientations du COSO – *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* et de la norme ISO 31000: 2018 – Management du risque – Lignes directrice.



Les risques sont analysés, évalués et traités. Selon les méthodologies Casino Group Risk Solution (CRS) et *Enterprise Risk Management (COSO)*, ils sont classifiés comme suit:



Depuis 2021, nous surveillons non seulement les dix risques « traditionnels », mais aussi les cinq risques ESG, identifiés comme socio-environnementaux (ESG). Nous distinguons les risques de l'affaire et les risques socio-environnementaux, voir ci-contre.

Les risques ESG ont été définis en 2020 à partir d'une référence complète (dictionnaire des risques) sur ces enjeux, des analyses pertinentes pour l'entreprise et des entretiens subséquent avec les principaux cadres de l'entreprise. Ceci a permis d'identifier, d'évaluer et de mesurer les risques socio-environnementaux, ainsi que de concevoir des plans d'action pour leur traitement, prévention, gestion et communication dans le cadre de la gouvernance de la gestion des risques chez Assaí.

De l'affaire: stratégiques, opérationnels, de compliance ou de technologie de l'information. En plus de l'attention aux risques traditionnels et inhérents aux affaires et à la gouvernance, sont surveillées également les menaces présentes sur la chaîne de valeur et le cycle de vie des collaborateurs, les risques liés aux successions et à la concurrence, ainsi que les risques émergents, dont ceux de nature sanitaire ou découlant du processus sociopolitique.

Socio-environnementaux / ESG: compte tenu de la réalité exogène, de l'évolution interne et des ambitions stratégiques, dont notamment la lutte contre la discrimination et la promotion de la diversité; les luttes contre les changements climatiques, le gaspillage alimentaire, les impacts environnementaux sur la chaîne d'approvisionnement, et les émissions des gaz réfrigérants, pour chacun des risques, nous identifions le(s) propriétaire(s) du risque (au niveau exécutif) et responsable de la gestion, ainsi que les principaux enjeux rattachés. Un plan d'action pour le traitement de ces risques est établi pour atteindre un niveau souhaité de risque résiduel, de réduction et d'atténuation, et surveiller effectivement les résultats.

Conformément à la gouvernance de la gestion du risque chez Assaí, un suivi est assuré tous les quatre mois par le Comité d'audit et le Conseil d'administration et, à chaque semestre, par le Groupe Casino.

Apprenez davantage sur notre stratégie, les instances et l'évaluation de la gestion du risque sur le [Formulaire de Référence CVM](#)





SÉCURITÉ CYBERNÉTIQUE ET DES DONNÉES

Os aportes da tecnologia da informação são cruciais para aprimorar a Les apports de la technologie de l'information sont fondamentaux pour soutenir l'intelligence de l'organisation dans l'analyse des données et la prévention et l'identification des menaces de cyberattaques. Ils offrent un soutien pour l'ensemble des secteurs et unités de l'entreprise.

La Direction de Technologie de l'Information (TI) est également responsable de la gestion des accès et de la prévention de la fuite de renseignements numériques. Le plan des trois prochaines années prévoit la mise en place de logiciels avancés et la formation des équipes de TI pour éviter, empêcher et réagir de la meilleure manière possible aux menaces électroniques.

Formation

Un dialogue a été amorcé avec tous les collaborateurs au sujet de la LGPD (Loi cadre sur la protection des données personnelles) dès qu'elle a commencé à être débattue. En 2021, une formation dynamique, agréable et simple sur la LGPD a été donnée pour l'ensemble des collaborateurs. Sur la plateforme Université Assaí, Nos Gens ont pu apprendre de manière pratique tous les soins nécessaires dans la manipulation et le traitement des données (personnelles ou sensibles). Plus de 37 mille collaborateurs ont été formés au cours de l'année.

LGPD É PARA TODOS NÓS



Formation LGPD
pour tous les
collaborateurs





Relations avec le marché

En suivant la séparation de nos opérations de GPA, qui a permis une plus grande création de valeur pour les deux entreprises, nous avons restructuré nos départements administratifs et financiers et mis en œuvre un secteur de Relations avec les investisseurs, conformément aux exigences pour les entreprises cotées sur « Novo Mercado » B3 et la Bourse de New York.

En lien avec les principes de transparence et de simplicité, ainsi que les meilleures pratiques de gouvernance, l'un des objectifs de Assaí c'est de créer de la valeur pour nos actionnaires et investisseurs. Le secteur de Relations avec les investisseurs est responsable de la communication officielle entre l'entreprise et l'ensemble du marché, soit par les publications auprès des organes de régulation, dont la CVM (*Commission de valeurs mobilières*) et la SEC (*Securities and Exchange Commission*), soit par des événements publics organisés par l'entreprise, les médias ou des entités comme les associations et les banques. En 2021, et ce uniquement après l'entrée en bourse, Assaí a participé à 15 événements ou conférences d'intérêt du marché, dont deux lives publics.

L'entreprise compte sur la couverture de 18 institutions du marché financier et fait partie du portefeuille Ibovespa ainsi que d'autres index d'envergure nationaux, dont ICONBV (l'index de consommation de BMF Bovespa), et internationaux (index de marchés émergents de MSCI - Morgan Stanley Capital International et FTSE - Financial Times Stock Exchange Index).

Nous croyons en la durabilité comme un facteur d'épanouissement de nos affaires et de construction d'une société plus juste et inclusive, conformément aux piliers et aux engagements ESG qui structurent la reddition de compte dans ce rapport annuel et dans les rapports de marché.

À la fin de 2021, le capital social de l'entreprise était composé de

1.346.674.477

Actions ordinaires émises, dont 41% sous le contrôle du Groupe Casino (contrôleur) et 59% en libre circulation (*free float*).

Fitch Ratings

20/10/2021

Rating National de Long Terme 'AAA(bra)' de Sendas Distribuidora S.A. (Assaí) Perspective: Stable



2

UN TEMPS NOUVEAU
SE CONSTRUIT
AUPRÈS DES GENS



CULTURE ORGANISATIONNELLE

C'est la façon Assaí d'être: nous sommes constamment en évolution. Chaque défi nous fait réaffirmer ce que nous sommes. Notre Culture est présente dans toutes nos actions, c'est pourquoi on est plus fort à chaque jour. Nous sommes faits d'enthousiasme et de courage pour aller plus loin. Nous sommes Uniques. Nous Sommes Tous Assaí.



C'est la façon Assaí d'être

On peut résumer notre culture par la simplicité dans nos relations, l'engagement de résultats, la passion de ce que nous faisons et l'attention mise sur le client.

Nous sommes fiers de prendre soin des personnes, de mettre en valeur l'être humain, d'assurer un environnement sûr et accueillant, d'offrir des opportunités de croissance et de développer et croire au pouvoir de la diversité et de l'inclusion: autant d'attitudes qui font partie des valeurs propres à notre culture et, surtout, qui sont vécues et pratiquées au quotidien. Notre rythme accéléré de croissance crée de la dynamique, de l'agilité et des opportunités diverses de carrière pour nos collaborateurs.

Nous comptons, aujourd'hui, sur plus de 60 mille collaborateurs. Ils sont inspirés par nos valeurs – **Simplicité, Focus Client, Passion par son Travail, Engagement de Résultats, Prendre Soins de nos Gens, Éthique** – dans leur engagement quotidien envers la meilleure expérience de magasinage, avec variété et économie. Ils sont fondamentaux pour l'accomplissement de notre mission d'approvisionner des milliers de foyers au Brésil en denrées et biens essentiels. Le partage de notre expertise et de la connaissance à la grandeur de l'entreprise participe de notre croissance.



Simplicité, Focus Client, Passion par son Travail, Engagement de Résultats, Prendre Soins de nos Gens, Éthique



NOS GENS

Notre engagement:

Être référence dans la promotion de la diversité, du développement, de l'inclusion et de la durabilité grâce à nos collaboratrices et collaborateurs.



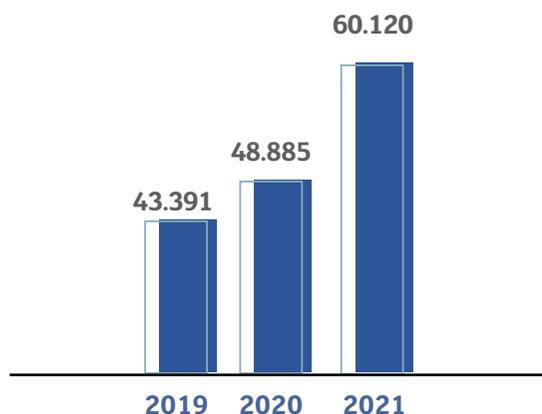
Nos Gens sont résilients. Face aux épreuves de l'année 2021 nous avons été capables d'obtenir des résultats commerciaux et financiers positifs malgré les impacts de la pandémie et l'instabilité économique que secoue le Brésil.

La force et la capacité de dépassement chez Nos Gens sont aussi les nôtres. Nous sommes fiers de contribuer substantiellement à la création d'emplois: une croissance de 23% de l'effectif total a été enregistrée par rapport à 2020. L'objectif c'est de continuer à faire la différence pour nos gens et de permettre à toutes et à tous de comprendre leur objectif chez Assaí.

L'année se termine avec plus de 26 mille embauches, dont 3,2% de personnes âgées de plus de 50 ans, soit une croissance de 2,1 points par rapport à l'an dernier. Ceci soutient notre expansion.

Un fait saillant de l'année a été de tenir complètement en ligne toutes les journées d'embauche, d'admission et de formation d'accueil de nouveaux collaborateurs. Ceci représente un gain d'agilité et d'assertivité et nous prend de mieux prendre soin des candidats et de démontrer le tournant numérique de l'entreprise.

L'évolution de l'effectif Assaí





EMBAUCHE – CHIFFRES ABSOLUS

	2021	2020	2019
Durée déterminée	2.355	1.715	1.475
Durée indéterminée	24.127	15.839	16.393
Total	26.482	17.554	17.868

Nous sommes conscients de l'importance des collaboratrices et collaborateurs pour un environnement accueillant, inclusif et dynamique. Ce sont elles et eux qui font bouger les choses dans les magasins, les bureaux, et les centres de distribution. Notre filière représente souvent la porte d'entrée sur le marché de travail à nombreux jeunes. C'est pourquoi le développement, l'alignement sur nos objectifs et valeurs, et la rétention des talents sont des objectifs aussi chers à nous tous. Chez Assaí, nous développons des équipes et engagées, dotées de professionnels formés pour soutenir notre croissance et expansion.

Nous faisons en sorte que Nos Gens aient une journée productive et une excellente expérience de travail afin de soutenir l'engagement et la rétention des talents. Pour ce faire, nous investissons sur la formation, grâce à l'Université Assaí, soutenons le recrutement interne avec nos programmes d'accélération des carrières, offrons un processus structuré par l'évaluation de la performance, les discussions sur les carrières et le feedback, promouvons la valorisation et la reconnaissance, combattons les formes de discrimination et de violence, entre autres actions. Ces dernières années, nous avons progressivement réduit le roulement, ce qui nous encourage à rester sur le droit chemin. En 2021, nous avons enregistré un taux de roulement de 27,5%.

LICENCIEMENT – CHIFFRES ABSOLUS

	2021	2020	2019
Licenciements involontaires pour raisons non-économiques de personnel à durée indéterminée	4.613	5.267	4.911
Licenciements de personnel à durée indéterminée	13.418	10.756	9.998
Total	18.031	16.023	14.909

Nous savons que pour prendre soin de nos collaboratrices et collaborateurs commence par des processus de sélection et d'intégration respectueux et mettant en valeur la diversité. Pour ce faire, un logiciel employant l'intelligence artificielle aide à sélectionner les profils de candidat compatibles avec notre culture et nos valeurs et les exigences du poste, en évitant tout biais inconscient.



Notre diversité en chiffres

Nos cibles de diversité impactent la composition de la rémunération variable des leaders (ISD). Cet indicateur nous permet de suivre, par exemple, le pourcentage de femmes en postes de leader (gérance et plus) au sein de l'entreprise.

PERSONNES HANDICAPÉES



3,2 mil

5,4%*

(*) Calcul selon la législation brésilienne

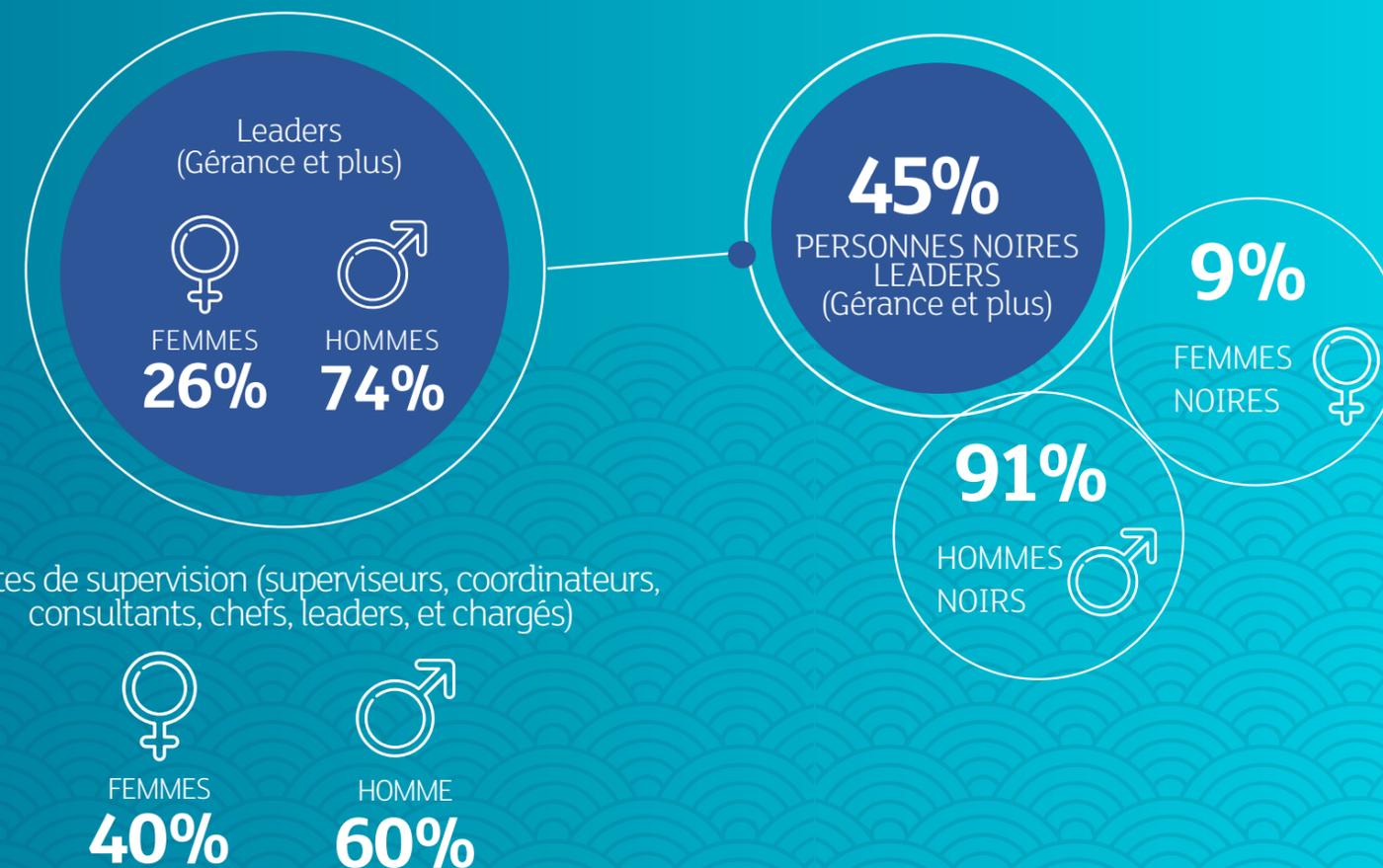
DISTRIBUTION GÉNÉRATIONNELLE

<30 ans ▶ 47%

>30 et <50 ans ▶ 47%

>50 ans ▶ 6%

LEADERS X PROFILS DE GENRE ET RACE





En 2021, on a atteint le chiffre de 26% de femmes parmi les leaders (poste de gérante et supérieurs). Le nombre total de collaborateurs autodéclarés noirs a passé de 41% à 45% dans la même période.

65%

Collaborateurs

Autodéclarés noirs et pardos

18.752 femmes
20.613 hommes

27%

Collaborateurs

Autodéclarés blancs

8.011 femmes
8.178 hommes

2%

Collaborateurs

Autodéclarés asiatiques

668 femmes
487 hommes

0,5%

Collaborateurs

Autodéclarés Autochtones

111 femmes
188 hommes

5%

Collaborateurs

N'ont pas voulu s'autodéclarer

1.476 femmes
1.636 hommes

Parmi le total de collaborateurs, 65% se sont autodéclarés noirs ou pardos, un chiffre significatif lorsque nous le comparons avec les données sur la représentativité au Brésil. Selon les données de la PNAD (*Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*) de 2019, publiées par l'Institut brésilien de la statistique (IBGE), 56,2% de la population nationale est noire ou parda.

2021 a vu l'intensification de nos partenariats avec des consultants externes spécialisés et des institutions pour soutenir nos actions pour l'inclusion des personnes handicapées, l'une des cinq dimensions prioritaires en Diversité. Nous sommes fiers de compter, à la fin 2021, sur 3,2 mille collaborateurs appartenant à ce groupe, ce qui représente 5,4% de l'ensemble de l'effectif de Assaí. Nous satisfaisons ainsi les exigences légales, qui prévoient un pourcentage de 5%.



Développement humain et organisationnel

Notre engagement c'est de faire de la croissance de l'entreprise celle aussi de Nos Gens.

Nous savons que pour continuer à croître, il nous faut des personnes préparées à soutenir notre expansion aux postes clé et de leadership de nos nouveaux magasins à travers le pays. Notre politique vise à favoriser le recrutement interne grâce aux programmes d'accélération de carrière (Trainee) et les recrutements exclusifs à nos collaborateurs (*Prosin*). Tous les postes dans nos bureaux, magasins et centres de distribution sont préférentiellement offerts à Nos Gens. Nous considérons des candidats externes seulement si le profil adéquat n'est pas trouvé. En 2021, plus de neuf mille promotions et recrutements internes ont eu lieu, ce qui témoigne de l'efficacité de nos actions.

Pour assurer une évaluation normalisée, transparente et juste de la performance, nous utilisons le système Avance pour la gestion des carrières. Il offre aux gestionnaires l'autonomie ainsi qu'une méthode structurée pour cartographier et évaluer les compétences, assurer le feedback et faire de nos collaborateurs des protagonistes. À partir d'une gestion centralisée de DPI (Plans de développement individuel), connectée aux programmes de l'Université Assaí, il est possible d'assurer.

La clarté dans les promotions, le développement et le recrutement interne, ce qui renforce la culture de haute performance et l'apprentissage continu.

L'évolution de chaque professionnel est évaluée et ajustée par le Comité de carrière. Le secteur de Gestion de personnel fait annuellement l'évaluation auprès des leaders pour procéder aux actions nécessaires (reconnaissance, promotion, licenciement, etc.) et identifier les successeurs potentiels pour les positions clé aux niveaux de gérance ou supérieurs ou les plans d'action pour les postes dont le successeur n'a pas pu être identifié au sein de l'entreprise.

Nous continuons à mettre Nos Gens en valeur lorsque nous soutenons l'avancement des carrières et le recrutement externe ou interne (*Prosin*) pour faire l'entreprise poursuivre son expansion rapide.

Ce sont Nos Gens qui sont au cœur de l'action





Nouveaux postes	2021	2020	2019
Nombre de postes ouverts par an	21.486	17.968	18.460
Nombre et pourcentage des recrutements internes par an	9.285 43%	2.551 14%	3.260 18%

Grâce au Programme #FuiPromovido, nous reconnaissons, valorisons et prenons en charge l'annonce des promotions dans les magasins et les CDs, en soulignant auprès de tous la permanence et la carrière au sein de l'entreprise. En 2021, plus de 5 mille collaborateurs ont été honorés par le programme.



La croissance de l'entreprise est aussi celle de Nos Gens

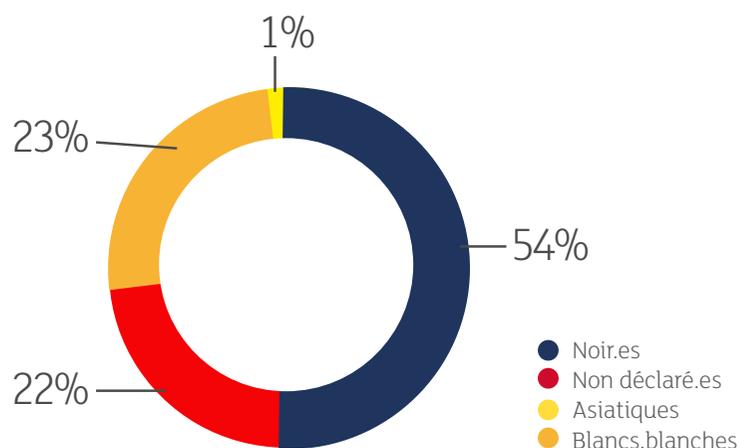


Compte tenu de l'expansion rapide et l'offre de postes de leaders et de spécialiste dans plusieurs secteurs clé de l'entreprise (Opérations et Commercial), nous soutenons le développement des carrières à travers des programmes d'accélération du développement professionnel, dont différents programmes de *Trainees*:

Trainee en Opérations: Assure la préparation, la formation et le développement de collaborateurs pour les postes de gérant adjoint aux magasins. Le programme est à sa 12e édition.



2 éditions de Trainee en Opérations en 2021 130 collaborateurs participants:



 **22%**
FEMMES
28

 **78%**
HOMMES
102



**Kedna Franciana
Martins de Albuquerque,**
Trainee en Opérations,
gérante adjointe à la
succursale de Bezerra de
Menezes - Fortaleza (CE)



Le programme de Trainee a été une opportunité sans égale dans mes parcours personnel et professionnel. L'échange d'expériences a été très important. Partager mon vécu de femme, noire et mère et la conciliation de tous ces rôles m'a rendue très heureuse, fière et accomplie. J'apprécie énormément mon travail et Assaí! Non seulement le programme nous montre que quand on veut, on peut, comme il nous donne l'occasion d'améliorer notre gestion, de nous corriger sur une base quotidienne et de nous sentir capables et habilités. C'est une grande responsabilité de constater que les gens trouvent inspiration dans mon histoire de perséverance et de lutte. C'est pourquoi je cherche à les motiver et les développer en retour de tout ce que l'entreprise fait pour moi.





Trainee Carrière en Opérations: En 2021, une deuxième cohorte a commencé ce programme où nous formons le personnel de bureau pour rejoindre les magasins, d'abord, en tant que gérant-adjoint puis, selon la performance, gérant.

**1 programme de migration
domaines corporatifs |
opérations**

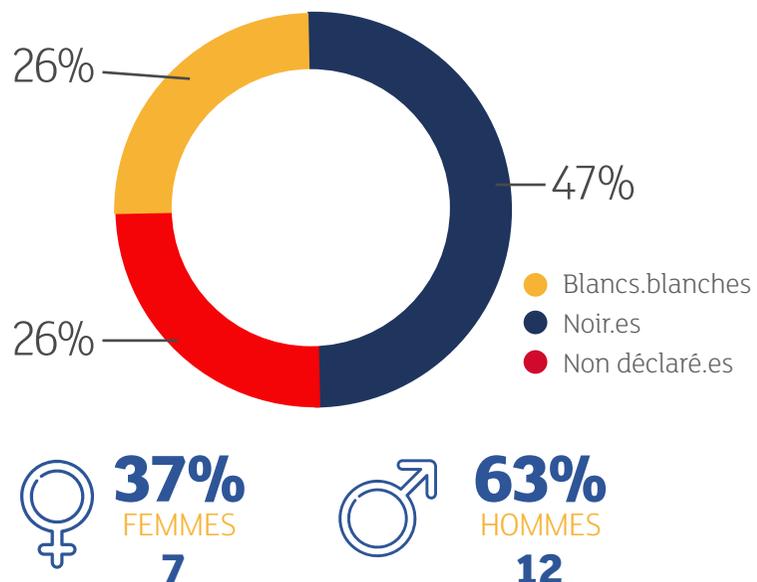


**5 collaborateurs
approuvés dès
début 2022**



Trainee Commercial: Une première cohorte a conclu en 2021 le **Programme Trainee Commercial**, où nos préparons des collaborateurs sélectionnés par une procédure à migrer leurs carrières vers le secteur commercial de Assaí au poste d'acheteur. Ils peuvent être affectés à n'importe quel bureau commercial de chez Assaí à travers le Brésil.

**1 programme d'accélération et développement commercial:
19 collaborateurs participants**





ÉDUCATION CORPORATIVE

Parce que nous comprenons que les gens sont notre plus cher patrimoine et la clé de notre succès, nous investissons fortement dans leur développement à travers l'Université Assaí (UA). Créée en 2013 pour appuyer la croissance et l'expansion de l'entreprise, elle offre depuis lors des programmes présentiels et en ligne aux différents niveaux de poste et parcours de carrière et accessibles à tous nos collaborateurs partout au Brésil. En 2021, plus de 2.359.293 heures de formation furent données à 67.392 collaborateurs formés.



UNIVERSITÉ ASSAÍ - FORMATION ET DÉVELOPPEMENT

	2021	2020	2019
Heures de formation	2.359.293	1.487.395	2.098.969
Total de collaborateurs formés	67.392	38.601	35.265
Total de collaborateurs gérants et niveaux supérieurs formés	473	341	273
Total de cadres moyens formés	5.121	4.049	3.230
Total de collaborateurs non-leaders formés	61.809	34.211	31.762

L'Université Assaí est composée de cinq « Écoles ». Chacune porte sur un domaine et offre des formations spécifiques:

Ventes au détail – Offre une meilleure compréhension sur le marché d'actuation, les scénarios affrontés et les tendances impactant les affaires.

Leadership – Conçue pour former des professionnels de tous les niveaux assurant une fonction de leadership aux magasins, CDs ou bureaux de chez Assaí. A pour but d'inspirer une pratique de gestion rigoureuse, éthique, productive et alignée sur nos valeurs.

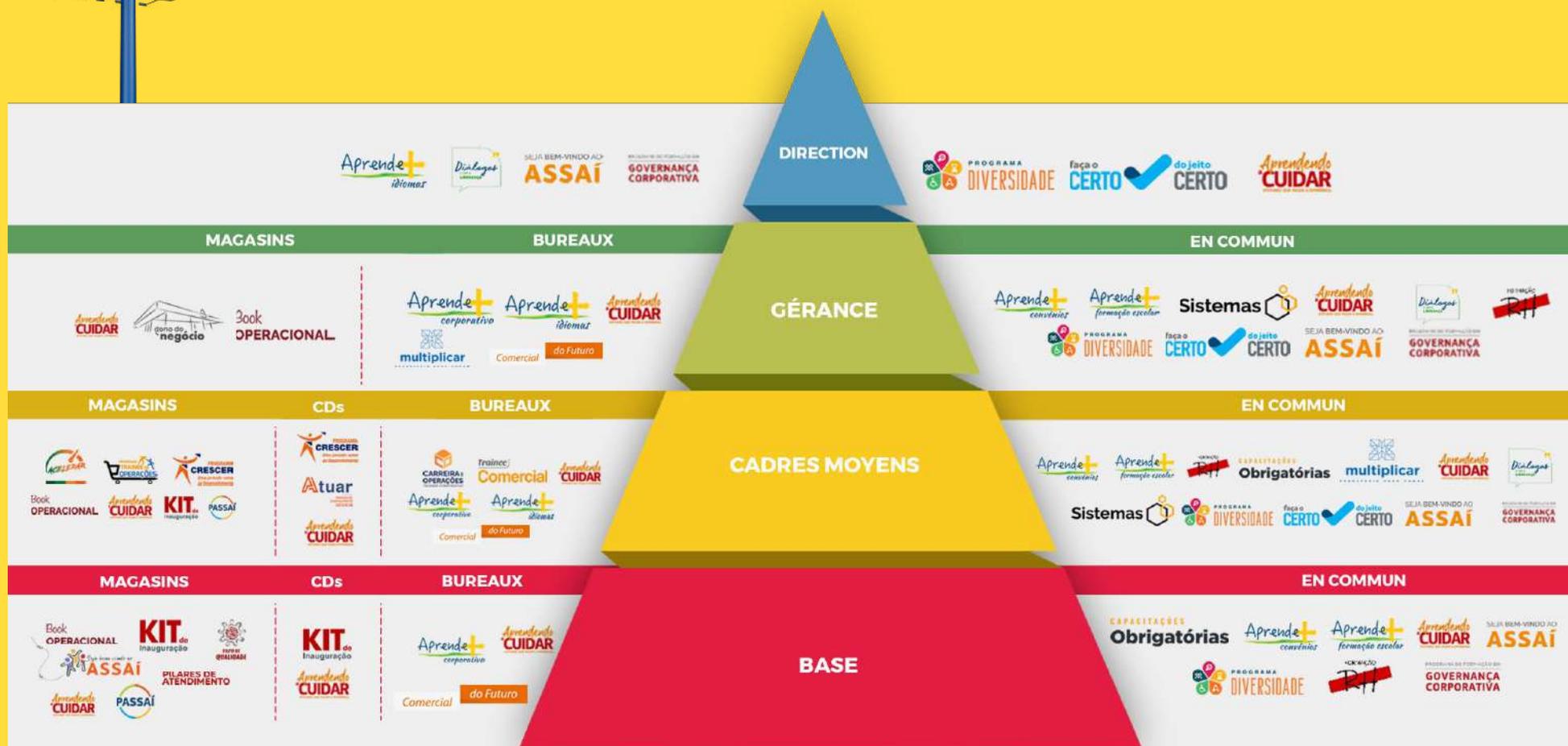
Opérations – Assure la formation de nos collaborateurs sur les principaux processus d'opération des magasins afin de normaliser une opération d'excellence sur toutes nos unités au Brésil.

Commercial – Se dirige aux équipes commerciales et des centres de distribution partout au pays. Aborde les aspects techniques et comportementaux de la commercialisation de produits en mettant l'accent sur les compétences techniques et comportementales de la gestion commerciale afin d'appuyer notre expansion. Forme également les collaborateurs de l'Espace client.

Développement technique et comportemental – Offre des programmes pour le perfectionnement des connaissances, compétences et attitudes de nos collaborateurs.



PROGRAMMES DE FORMATION ET DE DÉVELOPPEMENT





Actuellement, l'Université Assaí offre plus de 50 programmes de formation et 3.600 cours sur les thématiques de gouvernance, d'éthique et de conformité, de diversité, de service à la clientèle et bien d'autres aspects techniques et comportementaux, ainsi que des cours pour la connaissance des modèles d'affaires et d'opérations, la formation de leaders pour tous les niveaux, la formation technique pour les magasins et CDs, les formations obligatoires, et la formation scolaire de base et l'éducation continue.

Le voici quelques actions et initiatives de l'année 2021, où notre principal objectif **a été de consolider le modèle de gestion et préparer nos leaders à la construction d'un temps nouveau:**

Programme de Formation en Gouvernance Corporative: aborde les enjeux essentiels pour assurer la clarté sur les règles et les processus de gouvernance, l'ESG, la conformité à notre culture d'entreprise, au contexte post-scission et aux valeurs dont le focus client, l'éthique, l'engagement de résultat. Propose des vidéos, balados, suggestions de films, entre autres nouveauté. Il a attiré 2.239 participants en 2021.

Programme de Durabilité: a proposé une vision large des toutes les dimensions de la durabilité à nos collaborateurs. Les cours sont adaptés aux différents publics d'Assaí. Il aborde des enjeux de base jusqu'aux aspects techniques en posant toujours un regard transversal et stratégique de l'entreprise. Nous soulignons le jeu *Mundo Sustentável Assaí* en fonction de son approche ludique et interactive des piliers de la durabilité chez Assaí. Toujours dans le cadre du programme, des ateliers ont été proposés afin d'aborder des thématiques stratégiques dont les *Changements climatiques* et les *Chaînes d'approvisionnement*. Leurs contenus ont été adaptés aux publics directement impactés dans leurs quotidiens. Plus de 3.855 heures de formation ont été données.



Assaí + Legal: dirigé à nos leaders et équipes dans les bureaux, magasins et Centres de distribution, le programme offert pour la première fois en 2021 a traité du droit du travail, de la relation avec les clients, les fournisseurs et prestataires de services, le droit réglementaire et criminel, soit autant de contenus fondamentaux pour continuer à agir correctement et se maintenir actualisés sur les risques légaux inhérent aux affaires. En 2022, le programme maintiendra le cap sur la formation des leaders pour qu'ils puissent appliquer la prévention, atténuer les risques financiers et sur la réputation de la marque, et continuer à contribuer à la croissance durable de l'entreprise.



LGPD É PARA TODOS NÓS

La formation **LGPD c'est pour nous Tous**, est offert à l'ensemble des collaborateurs des bureaux et des postes de leadership dans les magasins et CDs. Elle forme sur l'importance de la conformité des processus internes vis-à-vis la Loi cadre de protection des données. 73% du public éligible a suivi la formation, dont 88% (334) des leaders des CDs, 77% (8.519) des leaders des magasins.

Campagne de sécurité de l'information: menée en collaboration avec la Communication interne, elle a présenté les actions fondamentales pour susciter l'attention de tous et éviter les dangers et les menaces numériques dans notre quotidien. La campagne a proposé une Formation en sécurité de l'information afin de guider les gestionnaires et les équipes sur la classification de l'information dans les archives de courriel, ainsi qu'une formation sur la gestion et la libération de l'accès aux systèmes d'informations confidentielles pour les leaders, entre autres thématiques abordées.



UNE UNIVERSITÉ POUR APPUYER ASSAÍ

Dans le but de préparer nos leaders pour la croissance et l'expansion, nous avons offert en 2021:

Programme Croître: formation et développement professionnel pour les cadres moyens, soit les chefs de session, les chargés des centres de distribution et les nutritionnistes. Le programme est 100% numérique. En 2021, il a donné 26.597 heures de formation pour 12.849 participants.

Programme Accélérer: formation offerte aux gérants-adjoints afin d'encourager la performance dans sa fonction actuelle et accélérer le passage au pipeline. 312 participants et 1.340 heures de cours.

Programme Propriétaire: dirigé aux gérants de magasin, il offre des contenus techniques et de gestion opérationnelle afin d'améliorer les comportements de leadership et l'auto-développement dans certains enjeux d'envergure. 2.147 heures de formation offertes et 1.677 participations.

Toujours en 2021, nous avons organisé six **Dialogues de Leadership**. Lors de ces événements, des intellectuels, spécialistes, administrateurs, médecins et professionnels divers ont donné de conférences et partagé leurs connaissances avec nos cadres corporatifs afin de susciter des réflexions importantes dans l'adaptation des stratégies au nouveau moment de l'entreprise et dans des thématiques comme l'économie, la santé et le marché. 1.715 heures et 884 participations.

Nous avons lancé le **Programme de Formation de Gérants Régionaux**, dans le but de susciter l'alignement et le développement de nos gérants opérationnels régionaux en 2022.

Le **Programme d'Initiation Numérique** a également été lancé afin d'intégrer un plus grand nombre de collaborateurs dans « l'univers numérique ». Il les aide à créer un adresse courriel, utiliser les systèmes de l'entreprise, la suite Microsoft Office et faire des recherches et des études sur l'internet.

Nous avons amélioré le **Programme d'Éducation de Base**, afin d'encourager la reprise des études primaires ou secondaires parmi nos collaborateurs.

La formation technique des professionnels qui travaillent dans nos magasins et notre École d'opérations et appuyé par 16 Manuels d'opérations que nous avons conçus et distribuons dans le cadre de la formation des chefs de session et d'équipes. Nous proposons également:

Formation Pour l'Expansion: un ensemble de formations de base, obligatoires et dans les domaines d'opérations et de service à la clientèle offert aux nouveaux collaborateurs pour les soutenir dans l'ouverture d'un nouveau magasin. Les formations intensives se déroulent sur 20 à 30 jours et développent les connaissances nécessaires sur notre opération ainsi que sur les attentes de leur secteur et poste. En 2021, environ 1,8 million d'heures de formation ont été offertes à 15.831 participations.

Programme d'Hygiène et de Sécurité Alimentaire: fait la promotion des meilleures pratiques en manipulation des aliments, contrôle des pestes, produits chimiques, microbiologie des aliments, contrôle et qualité des aliments, nettoyage et hygiénisation des équipements.



VIRAGE NUMÉRIQUE

Pour connecter Nos Gens avec la connaissance, l'Université Assaí a créé **ZapUA**, une chaîne qui compte sur sa propre assistante virtuelle, **Maia**. Elle offre un soutien de manière proche et humanisée à nos collaborateurs pour leur développement et leur croissance. Également, Maia peut partager des contenus sur la diversité et des orientations sur la prévention et les mesures contre la Covid-19 de manière simple et directe, à travers le Programme apprendre à croître. On peut lancer l'assistance par *WhatsApp*. En 2021, la chaîne a reçu plus de 45 mille accès.

Les postes On pense à vous: Assaí propose également une structure spécifique pour accéder à l'information, recevoir des services de RH et obtenir les contenus de l'Université Assaí dans nos magasins et centres de distribution. Ces postes permettent aux collaborateurs qui ne sont pas connectés à l'internet ou qui vivent dans les régions où une connexion de haute vitesse n'est pas offerte, d'être autonomes pour chercher des informations, obtenir le chèque de paie et suivre des formations en ligne. Depuis la mise en place de ce service en décembre 2020, nous avons enregistré 211 mille accès aux systèmes, dont plus de 66 mille aux cours de l'Université Assaí.

Maia, assistante virtuelle ZapUa



Postes d'accès
aux systèmes
des RH



Qualité de vie, santé & sécurité (physique, mentale, et psychologique)

L'idée de prendre soin de Nos Gens a toujours compris la santé et la sécurité de toutes nos collaboratrices et tous nos collaborateurs, et ce bien avant la pandémie, parce qu'il s'agit de nos valeurs fondamentales.

Le secteur de SESMT (Sécurité, santé et médecine du travail) veille à la protection intégrale de la vie de nos collaborateurs grâce à la prévention des accidents, risques et maladies. L'analyse et l'identification des risques possibles et un travail effectif de prévention nous permet de prendre soin de la santé physique, mentale et psychologique de Nos Gens. Nous comptons aussi sur la participation des collaborateurs à la CIPA, la Commission interne de prévention des accidents.

Notre **Politique de Santé et de Sécurité** fixe les lignes directrices d'une gestion de la sécurité et la santé au travail axée sur la prévention, la promotion d'améliorations constantes des conditions et environnements de travail, et de la santé physique et mentale de toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs.



Depuis 2019, la SIPAT (Semaine interne de prévention des accidents au travail) est devenue MESPAT, un événement de sensibilisation et partage d'informations sur la santé et la sécurité au travail. Au cours de celui-ci, des contenus importants et des orientations sur la réduction du risque d'accidents sont diffusés selon des formats variés, dont la formation, la communication interne, les concours, les quiz, et bien d'autres.

MESPAT 2021

(nov. à déc.)

Actions de formation et sensibilisation.

Participation de

40 mille

COLLABORATEURS



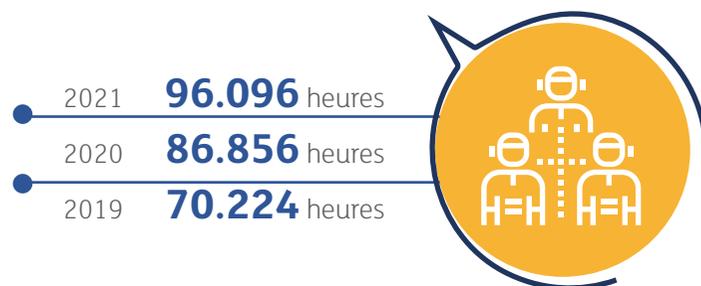
En plus du MESPAT, le voici d'autres actions importantes pour la prévention et la gestion du risque en santé au travail:

- Nous avons enregistré plus de 70 mille participations de nos collaborateurs à plus de 273.260 heures de formations obligatoires sur les normes réglementaires. Nous cherchons également à les sensibiliser sur les soins qu'ils doivent prendre afin de préserver leur bien-être, celui de leurs collègues et celui des clients. Trois formations en ligne ont été proposées: Sécurité dans l'opération de machines et équipements de boucherie; Ergonomie, donnée à toutes les équipes des magasins, CDs et bureaux; Sécurité dans le transport, le déplacement, le stockage et la manipulation des matériaux.

Avril vert traite de la prévention des accidents au travail dans le but de soutenir la sensibilisation sur la sécurité au travail.

Axée sur la prévention, l'équipe de sécurité du travail mène tous les jours des actions dont le **Dialogue sur la sécurité structurée**. En réunissant les équipes d'opération des magasins et CDs et les techniciens et les ingénieurs de Sécurité du travail, on traite de la prévention des accidents, des normes et règlements sur la sécurité du travail, l'utilisation des EPIs et d'autres mesures de la gestion du risque dans nos espaces de travail.

Total d'heures des Dialogues sur la sécurité et de travail de terrain (magasins et CDs)

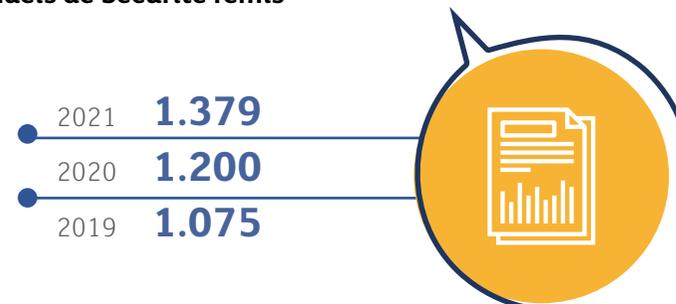


Des enquêtes menées sur le terrain nous permettent d'anticiper l'identification de certains risques à la santé et à la sécurité des collaborateurs et d'appuyer le management du risque dans le système de santé au travail (SOC). Nous accompagnons les audits sur le terrain afin de souligner les pratiques de sécurité en lien avec les équipements de prévention et de lutte contre les incendies. Dans le cadre du PAE (Plan d'action et urgence), nous organisons des réunions avec les brigadiers ainsi que des simulations sur le terrain. L'utilisation de l'application « **Checklist facile** » nous permet de mener des inspections auprès des magasins et CDs afin d'identifier la non-conformité et les risques sur les espaces de travail et de proposer des plans d'action pour atténuer les risques rencontrés.

- L'ouverture de **boucheries** dans 73 magasins Assaí, nous a fait redoubler les efforts d'identification du risque et de développement de formations spécifiques pour guider les collaborateurs de la boucherie dans la manipulation et l'usage sécuritaires des produits, EPIs et équipements.

- Un **Manuel de Sécurité** a été conçu et distribué pour assurer que le collaborateur a été formé et habilité à opérer les machines et les équipements de déplacement de marchandises. Le manuel est remis lors de l'accueil des nouveaux collaborateurs éligibles et des formations données aux équipes éligibles.

Manuels de Sécurité remis





En 2021, malgré l'augmentation du nombre de collaborateurs, nous avons réduit l'**IRA (Index relatif d'accidents)**, un index basé sur la norme NR4 pour le calcul du pourcentage de collaborateurs ayant subi un accident au travail dans une période donnée.

Ceci est le résultat des actions de sécurité développées et mises en œuvre dans nos unités (siège, bureaux régionaux, CDs et magasins) et de l'engagement du secteur à la satisfaction de toutes les normes de sécurité au travail et à atténuer les principaux risques pour Nos Gens et l'entreprise.



Au chapitre de la **santé physique et mentale**, l'attention première s'est tournée vers la **gestion des impacts de la pandémie de covid-19**, sans pour autant laisser tomber les autres actions importantes pour le bien-être de Nos Gens:

- Dans le cadre de notre Campagne annuelle de vaccination, nous avons offert à tous nos collaborateurs de toutes nos unités (siège, bureaux régionaux, CDs et magasins) le **vaccin contre la grippe (H1N1)** dans le lieu de travail, non seulement en fonction de la praticité, mais également afin de contribuer à la réduction de l'exposition à la covid-19.
- Le prolongement de la pandémie de covid-19 en 2021 a entraîné le maintien des actions de prévention dans toutes nos unités:





la campagne **Prendre soin d'un, prendre soin de tous** a continué à communiquer constamment avec nos collaborateurs afin de souligner l'importance des mesures de prévention et de sensibilisation. Nous avons augmenté le personnel de santé (médecins et infirmiers) pour lutter contre le virus. Le modèle du télétravail a été adopté pour nos collaborateurs du siège social et des bureaux administratifs dans les moments les plus critiques de la pandémie, afin de promouvoir leur sécurité. Le marquage au sol a visé à promouvoir la distanciation sociale dans les restaurants, l'entrée des magasins, les centres de distribution et les vestiaires. Nous avons renforcé les orientations sur la bonne hygiène des mains et distribué, à travers nos équipes de sécurité du travail, des lunettes de protection, boucliers faciaux, masques et désinfectants à mains dans nos magasins et CDs.

- Les **tests de dépistage de la covid-19** ont été administrés une fois par semaine dans le siège et nos bureaux régionaux, dans les périodes de retour au présentiel. Après la prise du test, le collaborateur recevait par courriel le résultat de l'examen, ce qui permet le suivi des cas positifs et de la gestion de la prise de test afin d'assurer que toutes les personnes présentes au siège avaient été testées. Pour les bureaux régionaux, nous avons établi des partenariats avec des cliniques locales pour un test tous les quinze jours. Nous avons également pris la température des collaborateurs tous les jours à l'entrée des locaux.

- Des consultations en **Télé médecine** ont été offertes pour le suivi des collaborateurs dont on soupçonne ou qui ont reçu un test positif à la covid-19 jusqu'au retour au travail. Dans nos cliniques, nous avons mis en place des équipes « Covid », composées de professionnels de la santé, pour la consultation, le test et le suivi des collaborateurs soupçonnés ou ayant reçu un test positif. Celles-ci ont été appuyées par des équipes multidisciplinaires pour le suivi des cas critiques de collaborateurs hospitalisés à cause de la covid-19, l'identification des lits en hôpital et le transfert des patients, sept jours sur sept



Les campagnes Octobre rose et Novembre bleu, les mois de sensibilisation et prévention des cancers du sein et du col de l'utérus et du cancer de la prostate, respectivement, ont été diffusées sur les canaux de communication interne selon une stratégie d'information, d'humanisation et de partage d'histoires vraies de nos collaborateurs. Les équipes médicales et de sécurité ont appuyé ces actions en encourageant la réalisation des examens périodiques.





L'avancement de la pandémie de coronavirus a entraîné de changements importants sur les comportements des gens, dont l'adoption de nouvelles habitudes, la réinvention des services et la création de nouveaux postes dans les entreprises. En lien avec ces questions, nous avons créé le poste de **Adjoint à la qualité**. Ce professionnel est responsable de suivre, proposer des nouvelles règles, et assurer l'efficacité des nouveaux processus d'hygiénisation et prévention mis en place dans notre opération partout au Brésil.

En 2021, un an après la création du poste, les adjoints à la qualité ont vu leurs fonctions se consolider auprès de nos magasins. En plus des actions de prévention de la covid-19, ils sont également responsables d'assurer que tous les processus de sécurité des aliments soient suivis correctement, entre autres fonctions. Et encore: nous avons adopté 270 protocoles sanitaires pour assurer la sécurité des clients et collaborateurs.

Afin de contribuer au soutien émotionnel de Nos Gens et leurs familles, nous offrons le **Programme d'Assistance Sociale** pour prendre en compte encore mieux la qualité de vie de tous. Deux causes s'inscrivent dans notre stratégie d'action: faciliter les relations humaines et promouvoir la qualité de vie de Nos Gens. Le programme offre des rendez-vous avec des travailleurs sociaux, psychologues, avocats, consultants financiers 24/7. En 2021, le programme a été élargi pour contribuer à la lutte contre la pandémie.



Pour ce faire, nous proposons des consultations avec des travailleurs sociaux et notre équipe de santé. Ce partenariat a été crucial pour soutenir nos collaborateurs et leurs familles contaminés par la covid-19. Plus de 60 mille consultations ont été réalisées par le service social cette année:

- Nous avons facilité la consultation médicale pour nos collaborateurs et leurs familles. En particulier dans les villes à faible structure, nos équipes de santé travaillent pour faciliter les transferts et faire des consultations spécialisées.
- Nous offrons le soutien psychologique et social aux familles de nos collaborateurs hospitalisés. Nos équipes médicale et de travail social font le lien avec l'hôpital pour obtenir des informations sur l'état de santé du patient.
- Dans le cas du décès d'un collaborateur, nous offrons le soutien psychologique aux familles, et facilitons les démarches administratives et le paiement de l'assurance-vie.
- Au mois de la Prévention du suicide, nous menons une campagne auprès de tous les collaborateurs dans le but de les informer sur la santé mentale. Nous offrons également une formation sur la gestion des émotions. Cette année, 356 participants, dont 30% étaient leaders et 68% femmes y ont assisté.



Un secteur dédié aux professionnels en congé autorisé vise à accompagner et soutenir toutes les démarches auprès de l'Assurance maladie (INSS, Instituto Nacional do Seguro Social) pendant la période de congé par maladie ou accident au travail, en application des législations en vigueur ainsi que des pratiques, politiques et normes de l'entreprise.

En partenariat avec l'Université Assaí, un manuel ainsi qu'un journal sur les ressources humaines ont été conçus afin de diffuser toutes les informations sur les congés autorisés et les lignes directrices des politiques de l'entreprise, basées sur les législations en vigueur. Ils sont disponibles sur la plateforme de l'Université. Une trousse de congé autorisé a également été conçue. Elle présente chacune des étapes du processus.



Avantages et bénéfices

Toujours dans le but de promouvoir la santé et le bien-être de nos collaborateurs, Assaí octroie aux collaboratrices-mères le droit de prolonger leur congé maternité de 60 jours pour bénéficier d'un total de 180 jours. L'avantage est également offert aux couples homossexuels et aux mères adoptives (compte tenu de l'âge de l'enfant). Au retour du congé, un crédit est octroyé à l'enfant jusqu'à l'âge de 4 ans, 11 mois et 29 jours. Cette carte aide dans l'achat des biens essentiels, la nutrition, l'hygiène, les couches, les lingettes humides, etc.

En reconnaissant l'importance de prendre soin de l'esprit et du corps et de permettre une santé et une qualité de vie accrues à tous nos collaborateurs et leurs familles, des partenariats ont été conclus avec deux grands centres d'entraînement, Gympass et TotalPass, qui comptent des succursales partout à travers le pays.



Diversité & Inclusion

Notre politique de diversité et droits humains informe les engagements, les stratégies et les actions de l'entreprise. La politique suit les principes internationaux des droits humains, énoncés dans la Déclaration universelle des droits de l'Homme de l'ONU, qui assurent les droits de toutes les personnes, indépendamment de leur race, couleur, orientation sexuelle, identité de genre, langue, religion, opinion politique ou de tout autre nature, origine nationale ou sociale, condition économique, de naissance ou liée à tout autre marqueur identitaire. Le respect et la promotion des droits humains sont fondamentales pour la durabilité de Assaí et pour les relations avec nos stakeholders ainsi que l'ensemble de la société.

Nous sommes conscients que tout un chacun doit assumer sa responsabilité pour un changement de comportement. C'est pourquoi nous sommes engagés à promouvoir la diversité et l'inclusion dans toutes leurs formes. En 2021, nous avons développé et mis en oeuvre la **Clause de Diversité et Droits Humains**, qui vient renforcer notre Code d'éthique et notre politique de diversité et droits humains. Elle exige de tous nos partenaires de guider et former leurs équipes travaillant dans nos magasins. Elle prévoit des sanctions et la résiliation du contrat en cas de violation. Elle a été incluse dans tous nos contrats existants et futurs avec les partenaires prestataires de services. Cette action consolide la position et la responsabilité de Assaí eu égard à tous nos stakeholders et à son rôle pour une société plus juste et égalitaire. Nous luttons contre et ne tolérons aucune discrimination. La diversité et l'inclusion sont des valeurs, engagements et leviers de développement et innovation socioéconomique essentiels pour toute affaire axée sur le client.

Dans le but de diffuser notre culture inclusive et diverse et de devenir une référence au sein de la filière, nous bénéficions du soutien de la haute direction ainsi que d'une équipe dédiée à la promotion de la diversité et de l'inclusion, responsable, par ailleurs, des actions d'inclusion, sensibilisation, formation et lutte contre la discrimination, et promotion du respect, selon cinq thèmes prioritaires: genre, race, générations, personnes handicapées et LGBTQIA+.

COMMUNICATION ET INTÉGRATION

L'enjeu de la diversité fait partie de toutes nos directives de communication. Nous utilisons le langage inclusif et les contenus sans stéréotypes ou préjugés autant à l'interne qu'extérieurement. Il en témoigne notre adhésion, en 2019, à l'Alliance sans stéréotypes (Unstereotype Alliance) d'ONU Femmes. Elle consiste en un engagement formel envers la suppression des stéréotypes et préjugés de genre dans la publicité.

L'utilisation du langage inclusif devient une pratique de plus en plus courante dans nos communications internes et externes, y compris dans la formation culturelle de nos leaders. Nous cherchons à sensibiliser nos collaboratrices et collaborateurs à l'écriture sensible aux enjeux ethno-raciaux, LGBTQIA+ et des personnes handicapées, entre autres. Grâce à un partenariat extérieur, nous avons organisé **l'Atelier sur la communication inclusive** pour toute l'équipe de Marketing, réseaux sociaux, presse et communication (interne et externe). Afin d'assurer l'accessibilité des personnes sourdes et malentendantes, l'outil Handtalk est désormais utilisé dans nos canaux internes de communication et sur tous les sites externes.

Toutes les personnes concernées par la communication (interne et externe) sont responsables de veiller à la production, la validation et la diffusion de contenus sans discrimination ou stéréotypes et qui satisfassent les principes suivants:

- **Accessibilité**
- **Représentativité**
- **Langage clair et sans barrières**

Par l'Université Assaí, nous formons les leaders et les collaboratrices et collaborateurs de tous les secteurs et toutes les unités, en soulignant, de manière didactique et évidente, les points de notre politique sur les comportements espérés et les manières d'agir.



● **Programme Diversité** Offre à tous nos collaborateurs l'accès aux principaux contenus et matériels sur les comportements espérés ou non-tolérés chez Assaí. Parmi les informations, on retrouve les lignes directrices de Diversité et droits humains, vidéos avec des spécialistes, guides d'interaction avec différents groupes, le guide ABC de la race, la bibliothèque de la diversité, guides d'écriture, etc.



● **Formation des Équipes des Ressources Humaines**

Nous présentons l'enjeu de la diversité et de l'inclusion à toutes les équipes de RH des magasins et CDs à travers six rencontres soulignant l'importance de la diversité pour Nos Gens, les clients, la marque, l'entreprise et la réputation. Cette orientation mène à un élargissement de la vision des Ressources humaines à propos de la diversité afin d'appuyer les collaborateurs et gestionnaires par rapport aux rôles, responsabilités et orientations clairement alignés sur les lignes directrices de l'entreprise.

Donnée par des partenaires extérieur.es: Mais Diversidade, ID-BR, Coexistir | Participation de représentants de plusieurs secteurs de chez Assaí

Questions abordées: diversité et biais; programme d'apprentis; gestion des processus d'inclusion de personnes handicapées; le rôle des RH dans la mise en valeur de la diversité, de la lutte contre la discrimination, et des personnes handicapées; diversité et impact de marque; diversité raciale.

● **Formations pour les leaders des magasins**

En 2021, nous avons fait des actions spéciales auprès des leaders de magasin afin d'aborder la diversité. Nous avons discuté de leadership inclusif, biais inconscients et éthique. Le but était de consolider le respect et la mise en valeur de la diversité et de l'équité dans l'offre d'opportunités et la création d'un environnement sécuritaire pour tous, les lignes directrices de notre valeur « Prendre soin de nos gens », et le Code d'éthique. Plus de 1,785 leaders ont été impactés et formés.

● **Semaine de la Diversité**

En 2021, nous avons organisé la 5e édition de la Semaine de la diversité, dans le but de promouvoir la connaissance, la visibilité et la discussion des cinq thèmes prioritaires en diversité (genre, race, générations, personnes handicapées et LGBTQIA+), en prenant en compte leur intersectionnalité. Créer l'empathie, les attitudes positives et le respect envers Nos Gens, nos clients et la société ont été au cœur des actions réalisées sur toutes les unités Assaí



● **Dialogues de la Diversité**

Nous organisons tous les ans des actions de sensibilisation grâce aux Dialogues de la diversité. Des actions de communication interne et externe, lives avec spécialistes et sentiers de formation lors des dates commémoratives et représentatives des enjeux de la diversité et des droits humains. En 2021, 37 actions ont été réalisées sur les canaux internes et externes.

● **Groupes de Diversité**

Afin de discuter, de creuser et d'identifier des opportunités, nous avons mis en place le **Groupe d'Ambassadeurs de la Diversité**, composé des collaborateurs des magasins. La formation du groupe augmente la représentativité des personnes alliées et permet le renforcement, la compréhension et la pratique de l'inclusion. D'abord un projet pilote dans deux régions, le groupe pourra être élargi en 2022. Tous les ambassadeurs participent à un atelier de formation ainsi qu'à une formation en ligne pour approfondir leurs connaissances. En novembre, la première rencontre du groupe a eu lieu dans le cadre des actions du Mois de la conscience noire.



Nous comptons aussi sur un autre groupe de diversité, composé, celui-ci, de leaders de toutes les directions. Cinq rencontres bimensuelles ont été tenues en 2021 afin de discuter et multiplier les actions d'amélioration sur les cinq dimensions de la diversité. Plus de 20 propositions d'actions ont été soumises. Diversidade e que gerou mais de 20 propostas de ações.



Stefanny de Oliveira Trindade,

Opératrice de magasin
- Itaquera (SP),
Ambassadrice de la
Diversité

“

Être une ambassatrice de la diversité dans mon magasin est nécessaire, puisque nous avons des personnes complètement différentes chez Assaí et toutes ont besoin d'être informées, y compris sur les enjeux de race, sexualité, croyance religieuse, etc. Nous avons maintenant l'occasion de discuter de ces sujets plus librement. Je suis toujours disposée à répondre aux questions et démêler les préjugés des personnes qui travaillent avec moi. Je peux leur montrer que même en étant femme, noire et homossexuelle, je suis l'égale d'elles. Je ne fais pas dans le but de les juger, mais de les aider à voir autrement.

”



Valdério Matias da Silva,

Directeur de comptabilité
(Siège) – Groupe de la
Diversité

“

Le Groupe de la diversité est transformateur pour toutes les personnes qui y appartiennent. Il permet de briser les biais négatifs et inconscients. Pour contribuer à l'amélioration des actions pour l'équité d'opportunités aux chapitres de LGBTQIA+, genres, générations, personnes handicapées et race représente une croissance personnelle et professionnelle pour chaque membre. L'échange d'expériences est hautement constructive pour faire de Assaí un acteur transformateur dans le développement d'une société plus inclusive et responsable. Chez Assaí, nous pouvons soutenir nos collaboratrices et collaborateurs et les encourager à être authentiques et vrais, sans biais ou préjugés!

”



PRINCIPALES ACTIONS EN D&I

Le voici un aperçu des principales actions en diversité et inclusion auprès de nos collaboratrices et collaborateurs en 2021. Puisque nous savons que les actions d'inclusion, sensibilisation et lutte contre la discrimination et l'intolérance forment un long chemin, nous continuons à les améliorer tous les jours. Ceci nous permet d'être guidé.es par nos valeurs et inspiré.es par nos engagements. Par nos actions affirmatives, notre ouverture à l'apprentissage, le maintien de canaux de protection et de plaintes, nous cherchons à être justes et neutres dans l'examen des questions signalées par ces canaux.

Genre

L'équité de genre est un enjeu qui nous est cher. Il fait toujours partie des discussions des leaders. Actuellement, l'entreprise compte sur 26% de femmes dans les postes de leader (niveaux de gérance et supérieurs), ainsi que quatre femmes dans la direction exécutive et une au Conseil d'administration. Le taux de femmes dans les postes de leader compose la rémunération de tous les postes éligibles (voir page 50).

En mars 2021, mois de la Journée internationale de la femme, nous avons renforcé publiquement notre position et notre engagement à la diversité, à l'inclusion et aux droits humains, en adhérant aux

7 Principes d'Autonomisation des Femmes (en anglais, WEP's), une plateforme de l'Organisation des Nations Unies, ONU Femmes et du Pacte global de l'ONU proposant des directives pour l'égalité de genre dans les affaires, en lien avec l'objectif #5 du Programme de développement durable à l'horizon 2030 (Pacte Global). La signature renforce notre engagement en tant qu'acteur transformateur de la société et vise à soutenir le développement de politiques et actions promouvant l'équité et l'inclusion des femmes dans les organisations.



Pour une troisième année de suite, nous avons organisé la **Semaine de la Femme** dans le but de rendre hommage à la Journée internationale de la femme et de promouvoir la connaissance et l'engagement pour que les femmes et les hommes puissent ensemble lutter pour l'équité de genre et combattre la violence et la discrimination. Nous avons inauguré la Journée de l'équité avec des contenus aux femmes et aux hommes de l'ensemble de l'entreprise, y compris les leaders, pour aborder la parenté, le développement féminin et la masculinité responsable.

Au mois de novembre, nous avons réalisé **l'Adhésion à la Coalition d'Entreprises pour Combattre la Violence contre la Femme**, en diffusant une live avec un spécialiste de la violence masculine contre les femmes afin de renforcer notre présence sur les sphères extérieures au milieu corporatif.



Génération

Nous soulignons la démarche du **Programme d'Apprentis**, un processus de recrutement interne qui vise à inclure et à développer les jeunes en début de carrière en améliorant leurs connaissances dans le but de favoriser leur adaptation et contribuer à la prise de décision. Le programme est promu dans les magasins, centres de distribution, bureaux et au siège social. Il mobilise 1.964 jeunes.

Dans le but de favoriser l'expérience et la diversité générationnelles des professionnels de nos magasins, nous avons développé et mis en œuvre un programme axé sur l'inclusion des personnes de plus de 55 ans, spécialement conçu pour la boucherie et les secteurs de fruits, légumes et salades. En 2021, le programme a dépassé les 250 embauches.



LGBTQIA+

En juillet, nous avons organisé la 5e Semaine de la diversité et annoncé l'adhésion au Forum de sociétés et droits LGBT ainsi que le **partenariat avec TransEmpregos**, un projet d'employabilité des personnes trans au Brésil, qui promeut et aide les embauches, en donnant des formations pour les entreprises partenaires pendant le processus d'inclusion. Il nous a soutenu dans la construction d'un guide qui vise à promouvoir les connaissances sur les personnes trans, leurs difficultés et particularités, et à assurer l'équité et l'inclusion dans les processus de recrutement..

56

COLLABORATRICES
ET COLLABORATEURS
UTILISENT LEUR NOM SOCIAL
FORMALISÉ SUR LE SYSTÈME
D'ENREGISTREMENT

CROISSANCE DE
70%
PAR RAPPORT À
DÉC/20.





**Pedro Henrique
Vale Sad,**
emballeur,
Macaé (RJ)

“

Même si mes documents ne sont pas mis à jour, mes collègues de travail et cheffes me respectent, m'appellent par mon nom social et utilisent le bon pronom, conformément à mon identité de genre. Mon badge affiche mon nom social, ce qui permet aux clients de m'identifier correctement aussi.

”

Personnes handicapées

Nous prenons des engagements et menons des actions pour l'inclusion des personnes handicapées. Nous promovons la diversité et l'inclusion de manière large, de l'interaction externe - dans les communications et les processus de recrutement inclusifs - jusqu'à l'accueil de ces professionnels dans l'entreprise par l'intégration, la formation et les actions d'engagement, en misant sur l'égalité et les opportunités de développement et croissance. Nous sommes engagés à combattre le capacitisme (le préjugé dévalorisant les personnes handicapées)

En 2021, nous avons intensifié nos partenariats avec des consultants externes spécialisés et des institutions afin d'élargir et renforcer nos actions. C'est le cas, par exemple, de Specilisterne, une firme de conseil engagé pour le suivi et l'orientation des leaders et collaborateurs autistes, qui a favorisé le dialogue et le respect des singularités. Cette année, nous avons également renforcé notre **Semaine de la Diversité** qui a proposé des conférences sur l'importance d'éliminer les barrières (physiques, architectoniques, technologiques et comportementales) pour que les personnes handicapées puissent exercer leurs métiers et développer leurs carrières de la meilleure manière possible.





En août 2021, nous avons mené un sondage en ligne auprès des collaborateurs, leaders et équipes de RH compris, pour identifier et analyser les meilleures pratiques ainsi qu'une meilleure compréhension de la scène interne. Nous avons établi un dialogue qui sert maintenant de base au renforcement des actions axées sur ce public, dans le cadre de notre **Programme d'Inclusion des Personnes Handicapées**.

Nous avons également rédigé une **Notice Normative** pour le recrutement, l'inclusion et le licenciement des personnes handicapées. La Notice est un document de l'entreprise conçu dans le but de normaliser et guider les processus nécessaires au recrutement et à l'inclusion des personnes handicapées dans l'entreprise. Conformément aux dispositions légales (Loi 8.213/91 – Loi sur les quotas) et en lien avec la Politique de diversité et droits humains, le Code d'éthique et les valeurs de la Culture "Être Assaí, c'est comme ça", le document permet aux divers secteurs, leaders, RH et à l'ensemble des collaborateurs - handicapé.es ou non - de comprendre leurs responsabilités eu égard à l'inclusion, du recrutement et l'intégration au développement et à l'évolution de la carrière.

La consolidation de nos actions pour l'inclusion des personnes handicapées a permis, depuis 2017, de compter, parmi l'effectif, sur une proportion **supérieure** à celle exigée par la loi:: 5,4% (déc/21).

Sur un an, nous avons **augmenté** de plus de 600 le nombre de personnes handicapées pour atteindre 3,2 mille collaborateurs de ce groupe en 2021, ce qui renforce notre engagement à l'inclusion, au développement et à l'égalité d'opportunités pour tous.

Race

Dans le cadre de la Semaine de la diversité, nous avons distribué à tous nos collaborateurs, en format numérique et imprimé, le **Guide antiraciste Assaí**, dans le but de favoriser la sensibilisation et la connaissance de la thématique ethnoraciale et des différents types de racisme, de promouvoir l'écriture inclusive et des attitudes et comportements antiracistes chez Nos Gens. Le Guide est une lecture obligatoire du **Programme d'Intégration et de Bienvenue** à toutes les nouvelles collaboratrices et tous les nouveaux collaborateurs.

En novembre, nous avons promu le **Mois de la Conscience Noire**, dans le but de consolider la thématique raciale parmi Nos Gens, de refléter notre culture d'équité et d'inclusion et de créer des connaissances, de l'engagement et la transformation de l'espace de travail. Nous avons diffusé des livres avec la participation de spécialistes du domaine et des personnes reconnues au sein de la société en vertu de leurs positions sur la discrimination raciale, la représentativité, la blancheur et le colorisme, et la violence contre les femmes noires. Tout au long du mois, nous avons partagé des contenus sur l'écriture raciale, sur la lutte contre la discrimination et la valorisation de la race noire. À l'Université Assaí, nous avons dédié une page exclusive à la thématique, avec des formations, guides, des suggestions de livres et films. Nous avons également lancé le cours en ligne, Barrières invisibles: biais inconscients, offert à tous Nos Gens.





En 2021, nous avons développé notre **Politique d'Équité Ethnoraciale** dans le but de rendre transparente la position de Assaí et donner les directives de l'action face aux enjeux ethnoraciaux pour l'ensemble de nos collaborateurs, prestataires de services, fournisseurs et tous les autres publics avec qui nos unités interagissent. La Politique présente également les définitions et orientations des rôles et des responsabilités du personnel leader et non-leader, ainsi que des directives de comportements espérés et comportements non-tolérés.

Encore en 2021, nous avons **formé** les leaders, l'équipe de prévention des pertes et le service à la clientèle sur les biais inconscients, l'écriture raciale, la lutte contre la discrimination, les protocoles de service et les approches impropres avec les clients. Le plus de 23 mille heures de formation ont enregistré 11 mille participations.

Nous avons organisé le **troisième atelier pour fournisseurs** prêtant des services de soutien (sécurité, nettoyage, parking, surveillance, restauration) et interagissent directement avec nos collaborateurs, clients et d'autres fournisseurs. Le but était d'assurer l'adhésion à nos politiques et pratiques en lien avec la diversité et de poser un regard sur l'enjeu racial. Ont participé à la rencontre des leaders des principaux secteurs de l'entreprise et qui traitant de la durabilité, de l'ombudsman, des affaires juridiques, de la prévention des pertes, ce la centrale d'achats, de l'audit interne, et de la diversité, ainsi que des consultants de chez ID_BR (*Instituto de Identidades do Brasil*), qui ont abordé les biais inconscients et l'écriture raciale, et des représentants de l'Université Zumbi dos Palmares, qui ont discuté de racisme et protocoles sûrs de service et d'approche de la clientèle.



SIM À IGUALDADE RACIAL

Nous avons adhéré, en 2021, au label « Oui à l'égalité raciale » - niveau engagement, de **l'Institut Identités du Brésil (ID_BR)**. Il s'agit d'une initiative d'envergure pour renforcer l'engagement et la position de Assaí en tant qu'une entreprise luttant contre la discrimination, respectant les droits humains et valorisant la diversité raciale, et nous permettre de continuer à avancer pour que Nos Gens puissent être fier.es de qui elles et ils sont dans nos magasins, CDs et bureaux, et pour que notre clientèle puisse se sentir respectée dans toutes nos unités.



Wellington Rodrigues Mendes (Tom Mendes)
directeur Administratif et financier chez ID_BR

“

Assaí est aujourd'hui l'une des principales entreprises affiliées au Label "Oui à l'égalité". Il signale la reconnaissance publique de la planification stratégique sensible à l'antiracisme. Assaí a fait un travail incroyable et très poussé sur ses magasins, il est l'entreprise ayant offert le plus de formations internes parmi celles qui nous suivons. Assaí est un partenaire constamment engagé dans la cause. Nous savons à quel point ceci impacte toute sa chaîne de valeur. Nous faisons ensemble des progrès notables, mais le chemin est encore long et ardu. C'est un plaisir de compter sur une marque transformatrice qui est aussi un très grand employeur dans notre trajectoire. L'engagement de Assaí à la diversité et l'inclusion est remarquable. Certainement, nous continuerons ensemble pour le Brésil que nous voulons et nous avons besoin.

”

D'AUTRES PROJETS D'ENVERGURE

La diversité culturelle et religieuse a cause été l'objet de débats en 2021 grâce au lancement d'un **Guide** numérique sur la plateforme Université Assaí. Le Guide traite de l'importance de respecter toutes les cultures, religions et croyances et propose des orientations pour les relations et les comportements afin que toutes et tous puissent s'aligner sur nos attentes en matière de culture, croyance et religion. Le lancement a été réalisé dans le cadre de la Semaine internationale de la tolérance, où nous avons aussi dévoilé une Websérie sur la diversité et l'inclusion, qui aborde plusieurs débats en lien avec la diversité.





Les engagements de nos gens

Nous suivons attentivement les questions en lien avec le climat organisationnel et le maintien d'un engagement fort chez les collaborateurs, car elles impactent le bien-être émotionnel et la santé mentale de nos collaborateurs.

Nous suivons divers enjeux et la satisfaction des collaborateurs par le sondage d'engagement **Parlez sans souci!** menée tous les deux ans afin de mesurer l'engagement et le climat organisationnel, des questions en lien avec le leadership, la satisfaction par rapport aux bénéfices, et obtenir la vision des collaborateurs sur les opportunités de carrière.



ÉVOLUTION DU DEGRÉ D'ENGAGEMENT CHEZ LES COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS, PAR AN



Notre méthodologie reprend le format recensement, qui s'appuie sur un échantillon de la population pour mener le sondage. EN 2020, en vertu de la pandémie de covid-19, la recherche n'a été menée qu'après de 50% des collaborateurs des magasins et CDs, de tous les leaders et tous les collaborateurs du secteur corporatif.

Des points surveillés par le sondage, les trois qui ont reçu le plus grand score sont la carrière, la valorisation et les reconnaissances/bénéfices. Ce résultat correspond à nos actions pour mettre en valeur nos collaborateurs.

En 2020 et 2021, nos efforts ont été voués au bien-être et à la sécurité des collaborateurs. En plus de l'investissement de plus de R\$ 3,9 millions pour la sécurité des équipes, dont l'achat de désinfectant pour les mains, des couvre-visages, gants, lunettes de sécurité, thermomètres numériques et du matériel de nettoyage, nous avons mis en place de canaux de communication et fait des lives avec des médecins pour la prévention du virus.

D'autres campagnes internes ont aussi été menées pour contribuer à l'engagement de Nos Gens. Elles sont diffusées sur nos canaux de communication interne, dont l'affichage, la télé et le courriel corporatifs:

- **Construire un temps nouveau:**

Il s'agit d'un concept institutionnel créé pour guider et informer le moment post-scission de GPA. Il a structuré plusieurs actions au cours de l'année et a préparé les collaborateurs aux nouveaux termes et processus chez Assaí. Nous avons créé un site Intranet, constamment mis à jour, qui a reçu environ 8.500 accès. L'action a eu comme but d'incarner le sentiment « d'être propriétaire chez Assaí » chez les collaborateurs, qui sont fiers de participer de ce moment crucial de la vie de l'entreprise. Il a inspiré toutes les actions de reconnaissance au long de l'année, dont la fête des mères et la fête des pères.





● **C'est notre Assaí:** Campagne d'engagement et d'encouragement à l'intention aux équipes des magasins et CDs. Par des actions comme un concours de parodies et de partage des histoires des collaborateurs qui se sont développés avec Assaí, nous renforçons une "Passion de notre travail", une valeur chère à la culture organisationnelle. On a également réalisé et diffusé le suivi de l'atteinte des cibles de ventes afin de renforcer "l'Engagement de résultat", une autre valeur de notre culture. À la fin de la campagne, nous avons distribué des prix pour les unités atteignant et dépassant les cibles.

● **Programme Assaí On pense à vous:** Programme qui comprend des initiatives de reconnaissance des collaborateurs par la célébration des dates commémoratives et les moments forts des carrières de chaque collaborateur.

En 2021, afin de célébrer et reconnaître les collaboratrices mères et les collaborateurs pères nous leur avons accordé plus de 30 mille cadeaux qui stimulent les relations mères/pères et enfants. Nous avons organisé aussi une Fête des enfants, avec la distribution de plus de 30 mille jouets pour les enfants de moins de 12 ans.

Le programme réalise, par ailleurs, des actions comme Étoile du mois, qui célèbre à chaque mois les collaborateurs en fonction de leurs comportements et attitudes alignés sur la culture. En 2021, environ 7 mille collaborateurs ont été reconnus à travers le Brésil.



● La campagne **#EnsembleExpansion**: l'enjeu de la croissance et de l'expansion est abordé tous les ans. Ça ne se passerait pas autrement l'année où Assaí a atteint 200 magasins. Nous avons cherché à montrer que chaque secteur participe à l'expansion en proposant des contenus qui rapprochent chaque collaborateur de cet enjeu et que démontrent que la croissance de Assaí est aussi celle de Nos Gens. Au long de l'année, des textes, des images et des vidéos ont été produits pour les inaugurations, dont le partage de témoignages et des actions de mise en valeur des leaders des nouvelles unités, ainsi que des actions à l'intention des équipes aux bureaux. 100% des inaugurations ont été diffusées en direct afin de rapprocher l'équipe corporative du terrain.



(*) C'est notre Assaí



Liberté d'expression et d'association

Nous cherchons toujours à garder une bonne relation avec les syndicats de toutes les régions, en menant des négociations saines, pour l'entreprise et pour nos collaborateurs. Nous mettons le cap sur l'acceptation, l'obtention de meilleurs résultats et d'une meilleure qualité de vie pour tous Nos Gens.

Nous avons, par ailleurs, lancé un dialogue pour le maintien et la négociation de l'entente sur les avantages et de signature de l'entente sur le **Programme de Participation des Employés aux Bénéfices** pour faire en sorte que les avantages offerts soient toujours alignés sur ceux du secteur.

Au cours de cette période d'expansion, nous avons voulu établir au préalable le dialogue avec les entités syndicales des villes où Assai s'installe. Actuellement, tous nos collaborateurs sont couverts par une entente collective ou une convention syndicale.





3

UN TEMPS NOUVEAU
SE CONSTRUIT
AUPRÈS DE LA
SOCIÉTÉ



ENVIRONNEMENT

GRI 102-29

Notre engagement:
*lutter contre les changements
 climatiques, innover et
 améliorer la gestion
 environnementale de
 l'entreprise*



Nous voulons contribuer à la construction d'une société plus responsable et inclusive grâce à l'amélioration et à l'innovation de notre modèle d'affaires. Le voici le principe de notre stratégie de durabilité. En tant qu'une grande entreprise de la commercialisation de denrées, nous sommes responsables de diriger nos activités vers le soutien au développement durable malgré un contexte de hausse de la demande par les ressources naturelles et de détérioration de la crise environnementale.

**Assaí Goiânia
 Independência (GO)**

Notre opération est complexe et comprend un grand nombre de fournisseurs afin d'approvisionner nos magasins et répondre aux besoins de nos consommateurs. En faisant de la durabilité un élément de la stratégie de l'entreprise, nous cherchons à identifier, surveiller et atténuer les vulnérabilités et les impacts environnementaux de l'opération. Notre objectif est de créer des stratégies pour diminuer ces risques et rendre les activités plus responsables et adéquates face à l'urgence climatique, de faire avancer la sensibilisation de nos publics, d'inclure de pratiques et processus renforçant nos engagements au-delà du respect des législations en vigueur.





Nous nous engageons au-delà des normes et règlements en vigueur en vigueur, dont la Politique nationale de l'environnement, les Résolutions CONAMA (Conseil national de l'environnement) et des ministères de l'environnement, et des accords internationaux dont le Brésil est signataire. Pour faire face à l'immense défi soulevé par les changements climatiques et atteindre les cibles de l'Accord de Paris, nous investissons vigoureusement dans la réduction des GES (gaz à effet de serre). Nous cherchons à travailler avec les autres filières pour trouver des pratiques et processus, participer aux forums, initiatives et ententes volontaires et reconnus, dont ETHOS, CDP, Pacte Global et d'autres.

Le processus de gestion environnementale nous permet d'identifier les risques et opportunités de la transition climatique et promouvoir les adaptations nécessaires. Les risques liés au climat sont surveillés par le Comité de durabilité. Par exemple, les changements climatiques, les émissions de charbon des fuites des systèmes réfrigérants, les impacts environnementaux sur la chaîne de valeur et le gaspillage alimentaire.

Nous sommes conscients que la mise en œuvre de la Politique de gestion environnementale est une responsabilité de chacun de nos collaborateurs, fournisseurs, prestataires de services, clients et partenaires, indépendamment de son secteur de rattachement ou niveau hiérarchique. C'est pourquoi nous préparons et habilitons toutes et tous à adopter et à s'engager aux pratiques, objectifs et responsabilités énoncés par la Politique.

Quatre engagements principaux guident nos actions. Ils se déclinent en plans d'actions dotés de cibles et constamment surveillés et améliorés:

- 1** Réduction des GES (gaz à effet de serre)
- 2** Réduction de la création des résidus
- 3** Assurer l'utilisation durable des ressources naturelles
- 4** Respect à la biodiversité





Changements climatiques

La lutte contre les changements climatiques représente le cœur de la stratégie. Elle exige le perfectionnement continu de nos pratiques de gestion environnementale. La modernisation de nos équipements, l'obtention des sources d'énergie propres et l'augmentation de l'efficacité énergétique sont quelques-uns des engagements mis en action.

Nous voulons assurer la transition vers un modèle à faible charbon. Ainsi, nous avons établi la **cible de réduction d'émissions de charbon (portées 1 et 2) dans nos opérations de 30%, jusqu'en 2025, et de 38%, jusqu'en 2030** (par rapport à 2015). La cible impacte la rémunération variable des cadres moyens et hauts, y compris le PDG et les directeurs, les consultants, les coordonnateurs et les gérants des magasins et centres de distribution, et du siège.

Il s'agit d'une initiative pour promouvoir l'engagement de chacun de nos collaborateurs envers les défis du programme GES, qui traversent toute l'entreprise. Nous sommes aussi alignés sur les politiques environnementales du Groupe Casino et les objectifs globaux à l'horizon 2030 et 2050, conformément aux recommandations de la COP21 et du GIEC.

Engagements à long terme:

Lors de la prise de décisions stratégiques, nous prenons en compte les facteurs extérieurs de l'émission de GES. Nous cherchons à réduire nos émissions de charbon par l'adoption des meilleures pratiques. Nous voulons réduire le nombre absolu d'émissions directes et indirectes. Nous assurons la gestion des risques et opportunités relatifs aux aspects physiques et transitoires des changements climatiques.

NOS ENGAGEMENTS

- Réduire, en chiffres absolus, nos émissions directes et indirectes de GES (portées 1 et 2) de 30% jusqu'en 2025 et de 38% jusqu'en 2030, par rapport aux données de 2015.
- Réduire, en chiffres absolus, nos émissions fugitives de gaz réfrigérants, en lien avec l'Amendement de Kigali au Protocole de Montréal.
- Identifier et gérer les risques et opportunités découlant des aspects physiques et transitoires des changements climatiques, en mettant le cap sur nos vulnérabilités et l'adaptation aux changements du climat.
- Mesurer, auditer et prendre en compte dans la prise de décision les facteurs extérieurs créés par les émissions de GES de l'entreprise.
- Améliorer la logistique et le transport afin de réduire la pollution atmosphérique, l'emploi de combustibles fossiles et, donc, nos émissions de GES.
- Promouvoir et encourager l'innovation technologique, spécialement auprès des marques exclusives, pour réduire les résidus et les emballages.
- Promouvoir et encourager la conception de nouveaux produits, services et modèles d'affaires réduisant les GES.



ÉMISSIONS FUGITIVES

La prédominance de l'usage de R-22 sur les systèmes réfrigérants d'une partie significative des magasins Assaí représente un risque important. C'est pourquoi, en 2021, nous avons **investi dans la réalisation d'un diagnostic approfondi de l'utilisation de fluides réfrigérants dans nos opérations en considérant les règlements, les impacts environnementaux et le projet d'expansion de nouveaux magasins.** Ceci a mené à des recommandations stratégiques ainsi qu'à un plan de transition technologique, qui a été présenté et adopté par le Comité de gouvernance corporative et durabilité, qui relève du Conseil d'administration. Sa mise en œuvre, qui s'étend sur le long terme, est déjà en cours. Par exemple, en 2021, nous avons progressé dans le remplacement du fluide R-22 par des gaz moins agressifs. C'est le cas de la substitution (retrofit) des systèmes de réfrigération anciens par des chillers n'employant pas de R-22 dans 10 magasins. Ce changement permettra d'utiliser des gaz à moindre empreinte environnementale et de réduire la consommation d'énergie grâce à la contention thermique, à une meilleure exposition des marchandises et aux faibles coûts d'entretien.

Dans 22 magasins Assaí, nous avons mis en place des systèmes transcritiques et subcritiques fonctionnant au gaz naturel, ce qui permet non seulement de remplacer les gaz réfrigérants artificiels par un fluide naturel, mais aussi d'améliorer l'efficacité énergétique des installations. Nous comptons également sur des équipes spécialisées dans la prévention des fuites sur les machines, les comptoirs et les chambres aux magasins.

Les magasins sont périodiquement inspectés afin d'identifier possibles fuites et procéder aux entretiens nécessaires. Les actions menées en 2021 ont permis le signalement d'une réduction des émissions fugitives de gaz réfrigérants chez Assaí, soit une diminution de 15% par rapport à 2020 (janvier-décembre).



Jean Carlos Marques,
Coordonnateur
d'entretien - Opérations
Assaí

“

Assaí investit dans les techniques de pointe pour faire les systèmes de réfrigération fonctionner avec des gaz réfrigérants naturels, dont le CO₂, ainsi que dans l'automatisation moderne et une meilleure efficacité énergétique. L'entreprise a également investi sur des équipements contrôlés à distance et des îles employant des gaz moins agressifs. Le secteur d'entretien chez Assaí réalise constamment des actions pour combattre les fuites dans les magasins plus vieux. Il parvient ainsi à réduire de manière efficace les émissions de gaz.

”



EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE ET HYDRIQUE

L'utilisation des ressources, dont l'eau et l'énergie, est au coeur de la gestion des impacts négatifs des affaires. C'est pourquoi nous cherchons à soutenir l'efficacité hydrique et énergétique de nos opérations et sur notre chaîne d'approvisionnement, à encourager et augmenter l'utilisation de sources renouvelables d'énergie, et à adopter des critères de durabilité dans la conception physique des nouveaux magasins, dont l'efficacité énergétique, la consommation consciente de l'eau et l'utilisation responsable des matériaux.

Nos nouveaux magasins sont construits en prenant en compte l'impact environnemental et l'efficacité. L'éclairage est 100% DEL, les îlots de surgelés disposent de portières translucides, qui bénéficient de la lumière naturelle et offrent une plus grande efficacité, contribuant à la diminution de la consommation d'énergie.

Dans les magasins plus vieux, la transition vers l'éclairage DEL est amorcée, tout comme l'automatisation des systèmes de climatisation par l'installation de capteurs qui permettent le réglage et l'arrêt automatiques des systèmes lorsque la température idéale est atteinte. En 2021, 27 magasins ont reçu des systèmes de climatisation automatiques, disponibles maintenant sur 117 unités. Ceci permet des économies d'énergie et la réduction des gaz de portée 2.

Nous avons amorcé également un projet pilote d'efficacité hydrique sur 16 magasins, qui prévoit l'examen des installations et le remplacement des équipements afin d'éviter les fuites et la réduction des débits. Des systèmes de télémétrie ont été mis en place afin de surveiller en temps réel le niveau de consommation et les suites, et de corriger les problèmes.

Afin d'engager et de sensibiliser les publics internes sur les enjeux de la consommation responsable de l'énergie, nous avons renforcé, en 2021, les directives à travers la campagne Consommation consciente d'énergie et de l'eau. Lancée en 2021, la campagne a pour but d'encourager les magasins à adopter les meilleures pratiques en consommation de l'énergie et de l'eau. La méthodologie du projet vise à constamment renouveler la culture de la consommation consciente auprès des collaborateurs afin de contribuer à la réduction de la consommation et des coûts d'électricité, et de réduire les émissions de portée 2. L'objectif visé est de proposer des actions d'orientation, d'engagement et de monitoring de manière continue auprès des collaborateurs dans leur quotidien.

Nos nouveaux magasins prennent en compte l'impact environnemental et l'efficacité





Parmi les initiatives prévues pour atteindre la cible de changements climatiques, dont l'amélioration des techniques appliquées sur les gaz réfrigérants, on souligne **la transition de tout le bassin de magasins vers le Marché libre de l'énergie (ou libre choix de fournisseur - ACL)2.**

Contrairement au modèle conventionnel d'achat, où l'approvisionnement est fait par le Sistema Interligado Nacional (ou Grid), le Marché libre de l'énergie offre un environnement compétitif de négociation où le client peut personnaliser les conditions d'approvisionnement d'énergie.

Au-delà de l'économie financière, l'achat subventionné d'énergie solaire, éolienne, des petites centrales hydroélectriques ou de biomasse a aussi des retombées environnementales. Assaí a entamé la transition de ses magasins vers le Marché libre en 2019. En 2020 seulement, 116 magasins ont migré vers ce modèle d'approvisionnement. En décembre 2021, on compte sur 195 magasins migrés, soit 92% du bassin (212 magasins, chiffres de 2021).

La migration vers le Marché libre permet aussi la réduction de la consommation du diesel, puisque ce combustible est utilisé par les générateurs électriques actionnés aux heures de pointe (périodes de forte consommation). La migration vers le libre choix de fournisseur fait en sorte que l'actionnement des générateurs n'est plus de mise. Ceci implique une moindre consommation de diesel et, donc, moins d'émissions de GES de portée 1. En 2021, nous avons enregistré une réduction d'environ 50% des émissions totales découlant du diesel, comparativement à la même période de l'an dernier.

2. L'énergie électrique acquise par Assaí en tant que consommateur spécial (achat d'au moins 500kW) dans le cadre du marché dérégulé d'achat (Marché Libre de l'Énergie) est admissible au programme de subvention de 50% de la facture d'électricité (grâce à l'emploi de sources vertes, comme l'énergie solaire, éolienne ou de biomasse), conformément aux règles de commercialisation établies par ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) pour les consommateurs spéciaux. Sources: § 5e de l'art. 26 de la Loi n° 9.427, du 26 décembre 1996; REN ANEEL 745 du 22.11.2016

Nous investissons dans l'installation de panneaux solaires sur la toiture des magasins, ce qui permet d'exploiter des surfaces jusqu'ici inutilisées et d'augmenter l'autonomie énergétique.

Nous soulignons l'entrée en fonction de la nouvelle centrale solaire photovoltaïque auprès du magasin de Rio Verde (GO), qui porte le numéro de centrales en fonctionnement à sept. Les 2.160 panneaux solaires ont une capacité annuelle de 1,1 GWh. À la réduction de la consommation d'énergie rachatée et à une alternative face aux possibles crises d'approvisionnement d'hydroélectricité, il s'ajoute la contribution de ce projet à la réduction des coûts d'énergie et à la diminution des émissions de GES de portée 2.

Nouvelle centrale solaire - Assaí Rio Verde (GO): 2.160 panneaux solaires





Thales Russo,
Analyste de projets,
comptes publics et
efficacité énergétique
chez Assaí

“

Les indicateurs de réduction de la consommation de l'eau et de l'énergie et la campagne de consommation consciente dans les magasins permettent la mise en œuvre d'actions concrètes. Cela nous aide, par exemple, à prévoir les coûts ainsi que la planification future pour l'achat optimisé de l'énergie et la réduction de l'empreinte carbone. La culture diffusée auprès de nos collaborateurs pourra être reprise chez soi, car les méthodes partagées peuvent également être appliquées dans leurs foyers. Ce mouvement de masse pourra contribuer encore davantage à l'environnement, puisque la consommation consciente est une affaire de tous.

”

OPTIMISATION DE LA FLOTTE TIERCE

Le projet d'optimisation de la flotte et des routes logistiques prévoit le remplacement des véhicules conventionnels par des véhicules à grande capacité de chargement. Les camions qui transportaient auparavant 16 palettes chargent maintenant 18 palettes. Les semi-remorques sont également passées de 24 palettes à 30 palettes de chargement. Les bi-train sont alternative plus efficace pour composer la flotte optimisée. Ces initiatives nous ont permis d'éviter de parcourir environ 70 mille kilomètres et de consommer 30 mille litres de carburant, en 2021, ce qui représente environ 80 tCO₂e de moins sur l'atmosphère. Les véhicules utilisés pour lier les centres de distribution aux magasins font aussi la collecte auprès de nos fournisseurs et approvisionnent les centrales afin d'assurer une plus grande efficacité environnementale des flux de livraison.





GESTION DES DÉCHETS

Engagements à long terme:

- Réduire notre production de déchets par l'adoption des meilleures pratiques d'opération et des principes de l'économie circulaire,
- Encourager notre chaîne d'approvisionnement à réduire la production de déchets, ainsi qu'à assurer la bonne décharge des déchets de leurs opérations
- Réduire l'utilisation d'emballages et/ou des matières-premières non-recyclables dans la fabrication de nos emballages et choisir toujours que possible les matières recyclables, compostables ou biodégradables.
- Encourager les attitudes plus durables auprès de nos collaborateurs, clients et fournisseurs, dont la consommation de produits durables et la bonne décharge des déchets,
- Adopter les pratiques encourageant la collecte sélective dans nos opérations et réviser les politiques d'emballages de nos marques exclusives,
- Encourager le développement d'innovations soutenant l'économie circulaire sur la chaîne de valeur,
- Travailler auprès de la filière et des entités publiques afin de renforcer les législations et les pratiques de réduction des déchets et d'amélioration de la chaîne de recyclage.

Notre Politique de gestion environnementale présente les principes, engagements et directives guidant nos actions et la conduite de nos collaborateurs et prestataires de services en matière de durabilité et de gestion environnementale, dont la gestion adéquate des déchets produits par l'opération. En plus de satisfaire les exigences légales dans toutes les régions, nous cherchons à constamment réduire le volume des déchets produits et à assurer le tri, la manipulation, le conditionnement et la destination finale conformément aux exigences légales, y compris les processus de recyclage, de composte et de disposition finale.

Dès leur ouverture,
les nouveaux magasins comptent
sur un processus de recyclage.
Actuellement,

100%
DE NOS MAGASINS

Affectent leurs matières
recyclables principales – les plastiques
et le carton – aux centrales de recyclage.





Il est possible d'évaluer l'efficacité de notre gestion des déchets par le taux de valorisation des déchets, qui représente le volume de matières produites dans l'opération déchargé dans un enfouissement sanitaire. Assaí termine 2021 avec un taux de valorisation des déchets de 40%. En matière de réduction de la production de déchets, la moyenne mensuelle de 12,35 kg par m² de magasin est en retrait par rapport au taux de 13,54 kg/m² de 2020. Cette diminution représente une diminution de 8,8% du volume, ce qui témoigne de l'efficacité opérationnelle positive de la gestion de la décharge des matériaux et des pertes.



Nous avons réduit la production de déchets en misant sur les principes de l'économie circulaire





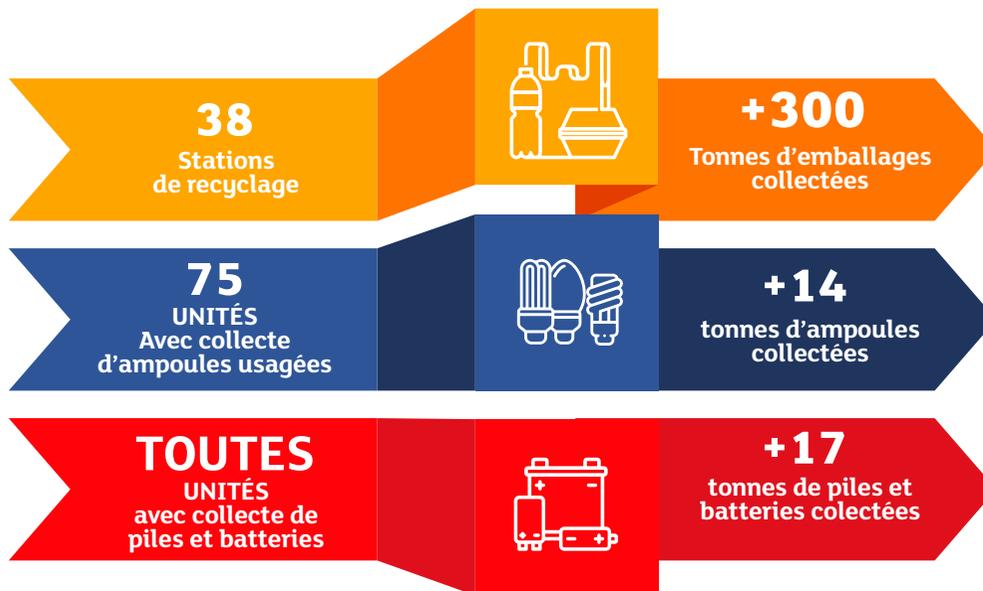
LOGISTIQUE INVERSE

Concernant les déchets qui ne font pas partie de notre opération, nous avons conclu des partenariats avec des entreprises ou coopératives afin de faire fonctionner nos Stations de recyclage. Elles permettent d'encourager le recyclage par la logistique inverse ainsi que les pratiques plus conscientes auprès de nos clientes. Les clients peuvent déposer des matériaux recyclables (dont le carton, le verre, le métal et les déchets électroniques) dans les points de collecte spécifiques, maintenus grâce au partenariat avec différentes entités assurant la gestion de certaines catégories de déchets, dont les matières dangereuses (piles, batteries, ampoules), qui contaminent les sols et l'eau. De manière à encourager le recyclage chez les clients, nous avons conclu des partenariats auprès des fournisseur d'électricité afin de reporter le volume de déchets collectés sous la forme de remises sur les factures résidentielles. En 2021, nous avons atteint 38 magasins Assaí dotés d'une Station de recyclage (une hausse de six par rapport à 2020), répartis sur 12 états brésiliens.





Nous encourageons la logistique inverse grâce aux actions de recyclage auprès des partenaires.



En 2021, certains règlements locaux ont interdit le fonctionnement des stations pendant une bonne partie de l'année, ce qui a, en quelque sorte, impacté le rythme des collectes et l'engagement du public. Une partie des stations paralysées ont été remises en service toujours en 2021, mais le prolongement de la pandémie continue d'impacter le projet dans certaines régions.



PROGRAMME CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE: BONNE DESTINATION

Dans le cadre de notre principale action de lutte contre le gaspillage alimentaire, d'impact social et environnement, nous identifions et concluons des partenariats avec des institutions sociales et banques alimentaires pour les dons de fruits, légumes et salades (FLS) qui ne sont plus esthétiquement aptes à la vente, mais qui sont toujours adéquats à la consommation. La récupération de ces denrées aide à réduire l'impact environnemental (en évitant le dépôt de volumes importants aux dépotoirs) et s'inscrit dans notre programme de responsabilité sociale (un complément alimentaire et nutritionnel pour une population en situation de grave insécurité alimentaire). En 2021, afin d'élargir et renforcer les actions de ce projet, nous avons conclu un partenariat avec Connecting Food, une entreprise qui nous aide à connecter les denrées FLS des magasins aux institutions qui cherchent ces ressources. Des actions d'engagement ont été menées afin de reprendre les dons dans les magasins où la pandémie a impacté la logistique et le fonctionnement du projet. Grâce à ces actions, **nous notons une évolution dans les résultats, dont une augmentation de 10% du volume total donné en 2021, comparativement à la même période de l'an dernier.**



Alcione Silva,
PDG
Connecting Food



Aujourd'hui, plus d'un tiers de la production d'aliments au monde est gaspillé. Connecting Food, une entreprise d'impact social, connecte les aliments propres à la consommation, auparavant gaspillés, aux organisations de la société civile qui prennent soin des personnes en condition de vulnérabilité sociale. Nous avons démarré la gestion intelligente des dons alimentaires dans 38 magasins Assaí dans le but d'élargir et de consolider le programme Bonne destination en tant qu'une référence de la redistribution alimentaire du commerce au détail au Brésil. Assaí, qui a fait de la réduction du gaspillage l'un de ses piliers stratégiques de la durabilité, nous inspire à travailler encore plus fort.



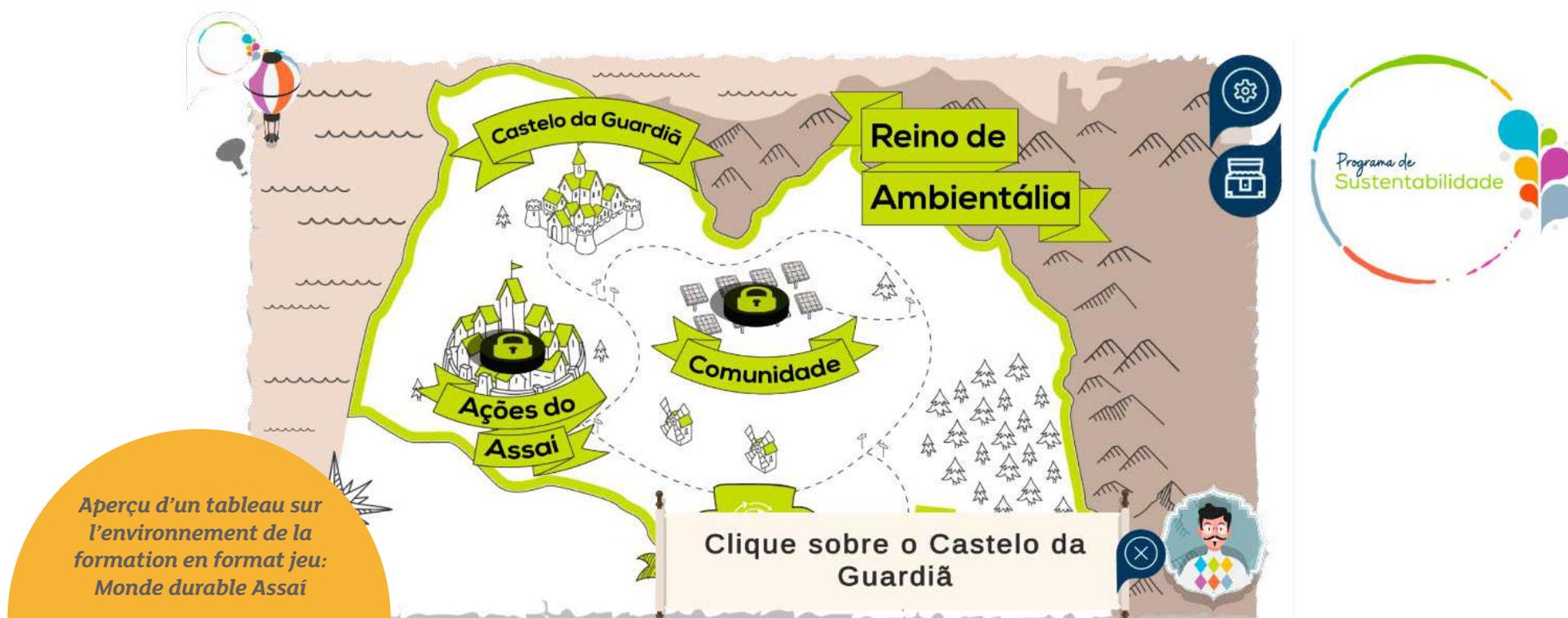


Éducation environnementale

Nous renseignons, sensibilisons et encourageons nos collaborateurs et clients par la communication sur nos canaux internes et externes de contenus de sensibilisation et de renforcement des engagements de l'entreprise aux enjeux environnementaux, qui présentent les meilleures pratiques ainsi que des exemples d'actions et d'initiatives à adopter dans le quotidien. En 2021, l'Université Assaí a proposé le Programme de durabilité afin d'habiller nos collaborateurs concernant nos principales actions du pilier environnemental,

dont un jeu interactif à l'intention de Tout le public. Dans cette formation, nous traitons des sujets dont la consommation consciente, le recyclage, la lutte contre le gaspillage alimentaire, et bien d'autres.

En ce qui concerne les changements climatiques, nous avons offert une formation spécifique, conduite par des consultants externes spécialistes, proposant un contenu davantage technique sur les principes du réchauffement climatique. Elle vise à réfléchir sur les impacts causés par les humains, à comprendre les rapports avec l'opération de l'entreprise, à montrer ce que Nos Gens font déjà pour atténuer ces impacts, et à présenter les principaux défis et opportunités devant Assaí.



Aperçu d'un tableau sur l'environnement de la formation en format jeu: Monde durable Assaí



CHAÎNE DE VALEUR

Notre engagement:
*co-construire des chaînes
 de valeur engagées à
 l'environnement et aux gens*



Nous travaillons sur une chaîne de valeur riche et complexe, formée de nombreux fournisseurs, dont les producteurs, les industries, et les entreprises de distribution et de services. Nous cherchons à connaître en profondeur les maillons de la chaîne pour augmenter la traçabilité et le processus de contrôle dans le but d'identifier et atténuer tous les risques socio-environnementaux éventuels des étapes d'extraction des matières-premières et de production, ainsi que de contribuer à augmenter l'impact positif. Nous nous efforçons à choisir des produits contribuant à une offre et à une consommation plus conscientes.

Nos relations avec les fournisseurs sont guidées par des standards sur les enjeux suivants: promotion des droits humains, santé et sécurité du travail, sécurité alimentaire, pratiques anticorruption, protection de la biodiversité et de l'environnement, tous énoncés par nos Charte de l'éthique aux fournisseurs, Code d'éthique, Politique de diversité et droits humains, Politique de gestion environnementale, Politique socio-environnementale pour l'achat de viande bovine. Les politiques et engagements de Assaí sont **disponibles ici**. 

Marques exclusives

Outre le travail mené auprès de notre chaîne, une attention particulière est portée à nos fournisseurs de marques exclusives. Les processus, procédures et normes rigoureux cherchent à identifier et à atténuer les risques socio-environnementaux, ainsi qu'à reconnaître et établir des relations commerciales avec des fournisseurs d'excellence, mettant en œuvre les meilleures pratiques.





Valorisation et reconnaissance

En 2021, nous avons lancé le **Prix Log Assaí**, qui vise à mettre en valeur l'efficacité de nos fournisseurs. Ainsi, nous améliorons la gestion mensuelle des indicateurs et reconnaissons la prestation de services de qualité, agilité et excellence. La première édition a compté sur la participation de 25 fournisseurs, qui ont été évalués selon les critères suivants:

No show: respect des délais de livraison

In Full: livraisons selon les commandes et les quantités prévues

Fill Rate: livraison de 100% de la commande

Les lauréats, dévoilés en 2022, ont été:



Développement durable

GRI 102-16, 102-17

GESTION DU RISQUE DES CHAÎNES CRITIQUES

Conscient de son rôle sur le marché brésilien, Assaí veut être un agent transformateur de la société. En lien avec l'objectif de rendre les chaînes d'approvisionnement plus responsables et durables, nous cherchons à contribuer à l'atténuation des risques sociaux et environnementaux et à construire un lien de confiance avec nos clients et parties prenantes, en développant tous les maillons et tous les acteurs.

En 2021, nous avons mis à jour l'étude des chaînes critiques, qui propose une matrice du risque socio-environnemental de la chaîne de valeur, en rapportant les matières premières et les risques (dont les conditions de travail, le bien-être animal, la déforestation et la biodiversité). Au total, 28 chaînes critiques ont été identifiées à partir des risques socio-environnementaux dans les étapes de culture, de production ou de transformation des produits vendus dans nos magasins. La priorisation a mené à l'ajout de 14 autres chaînes à celles identifiées par la première étude, en 2018. Nous avons également ajouté des questions de la biodiversité afin de traiter des impacts de l'extractio durable et de la disparition d'espèces. Au total, 13 chaînes/ catégories de produits ont été priorisées.

Pour obtenir ce résultat, la révision a analysé des données internes et externes (sources publiques et documents) des chaînes primaires, puis comparé les principaux niveaux de risques sociaux et environnementaux de ces produits/ catégories avec le volume et l'origine de l'achat des produits associés à ces chaînes. Ceci a permis de créer les catégories de risques faibles, moyens et élevés.


**RISQUES CRITIQUES
PRIORITAIRES**

Lutte contre la déforestation

Utilisation durable de la biodiversité

Conditions de travail

CADEIAS PRIORITÁRIAS

CACAO

CAFÉ

CANNE À SUCRE

VIANDE BOVINE

VIANDE PORCINE

VOLAILLES

LAIT

MAÏS

OEUFS

PALME

POISSON

SOJA

Le déploiement de cette matrice passe par les orientations, la stratégie et le plan d'action pour chacune des chaînes identifiées et priorisées. Des actions, directives et actions approfondies de diagnostic sont définies par rapport à la situation et aux opportunités de chacune d'entre elles, toujours en partenariat avec les équipes internes, les spécialistes et les fournisseurs. Les actions visent à établir des processus plus solides de développement, certification, traçabilité et contrôle. Toutes ces actions et initiatives sont menées à partir de l'établissement de cibles, KPIs, suivis par des groupes internes et spécialistes, et par le Comité de durabilité de chez Assaí.

Nous sommes engagés à promouvoir la protection et le respect de l'environnement et de la biodiversité, des gens et des droits humains sur toute la chaîne de valeur. **Trois aspects sont priorisés: des conditions de travail adéquates, la lutte contre la déforestation et l'utilisation responsable de la biodiversité.** La **Charte de l'Éthique** à l'intention des fournisseurs fait partie des contrats d'approvisionnement et vise à assurer que tous nos clients puissent acquérir des produits issus de conditions de travail dignes et justes et de lieux à faible impact environnemental. Le document énonce les règles et directives du respect des droits humains, de la journée de travail, de santé et sécurité, des pratiques anticorruption et en environnement. Ainsi, nous voulons assurer que les produits vendus dans nos magasins proviennent de fournisseurs qui respectent les lois, les principes, les réglementations et les normes applicables, y compris les engagements de Assaí.

Nous voulons être un agent transformateur de la chaîne de valeur, en sensibilisation les fournisseurs et partenaires sur le respect de nos responsabilités conjointes, en partageant des connaissances et de l'orientation grâce à nos politiques de lutte contre la déforestation, d'utilisation responsable de la biodiversité et de conditions de travail adéquates.

C'est pourquoi, en 2021, nous avons organisé un atelier avec 60 fournisseurs. Ensemble, nous avons discuté de diversité et droits humains, biais inconscients, équité de genre, d'égalité raciale, de générations et de personnes handicapées, ainsi que des tendances et meilleures pratiques sur le marché.



Lutte contre la déforestation

Les forêts et les espèces natives font une contribution écosystémique essentielle pour équilibrer l'impact des activités humaines, promouvoir la régulation climatique de la planète et assurer l'accès à l'eau (la distribution des pluies qui nourrissent les rivières). La déforestation et la conversion des végétations naturelles augmentent les émissions de gaz à effet de serre, ce qui engendre des événements climatiques extrêmes. Ceux-ci déstabilisent les écosystèmes et menacent la survie de l'humanité, au premier chef celle des peuples autochtones, des populations traditionnelles et des plus vulnérables. Ils perturbent également les activités économiques.

Assaí s'est engagé à combattre la déforestation et la conversion des végétations naturelles sur ses chaînes d'approvisionnement, à promouvoir la protection des biomes naturels et le patrimoine culturel brésilien, ainsi qu'à soutenir le respect de la Déclaration internationale des droits de l'homme et des droits et des modes de vie des peuples autochtones, des communautés traditionnelles et des travailleurs.

Dans notre domaine d'affaires, l'un des enjeux principaux de la gestion de la durabilité est le développement des chaînes d'approvisionnement de la viande bovine et de l'huile de palme, compte tenu de leur importance sur les produits que nous distribuons. Depuis plus de dix ans, Assaí avance constamment dans le développement de politiques et processus de certification et de suivi de nos fournisseurs.

Dans le cadre de notre engagement à la protection des forêts et végétations naturelles, notre stratégie consiste à agir avec les fournisseurs, les gouvernements, les institutions de contrôle et les organisations de la société civile dans la mise en œuvre et l'évolution de meilleures pratiques socio-environnementales sur ces chaînes.

VIANDE BOVINE

La chaîne d'approvisionnement de viande bovine est composée d'un ensemble complexe d'acteurs intervenant dans différentes étapes de l'élevage du bétail. Notre principal objectif est de contribuer à la construction d'une chaîne zéro déforestation. Pour ce faire, nous mettons en avant des politiques pour l'approvisionnement, des processus structurés et l'engagement de tous les maillons.

La filière de la viande bovine est particulièrement importante sur notre chaîne de valeur. Assaí ne détient pas sa propre marque, 100% des produits de viande bovine distribués par ses magasins sont, ainsi, fournis par des industries nationales.

Depuis 2016, Assaí dispose d'une Politique socio-environnementale pour l'achat de la viande bovine et suit un processus de certification de ses fournisseurs. De plus, un suivi continu est assuré auprès de nos fournisseurs dans le but de veiller au respect des critères établis dans la Politique.





La Politique socio-environnementale pour l'achat de la viande bovine vise à assurer la transparence sur la chaîne de production et d'approvisionnement. Elle contrôle le parcours et l'origine de l'élevage jusqu'à l'abattoir de manière à certifier que le bétail n'a pas été élevé dans des zones de déforestation ou de conversion de végétation naturelle.

Depuis 2020, tous les partenaires commerciaux d'Assaí doivent prouver que toutes leurs industries d'abattage et transformation adoptent les critères du protocole commun « Boi na Linha » (biome Amazonie) et respectent les législations en vigueur.

Tous s'engagent à ce que leurs chaînes respectent ces conditions:

- Aucune déforestation et conversion de végétation naturelle
- Aucune condition analogue au travail esclave/des enfants
- Aucune sanction environnementale pour déforestation
- Aucune invasion des territoires autochtones et quilombolas
- Aucune occupation de zones de protection environnementale
- Enregistrement auprès du Cadastro Ambiental Rural (CAR) et obtention des permis environnementaux nécessaires

Consultez ici notre Politique socio-environnementale pour l'achat de viande bovine



Lisandro Inakake de Souza

Imaflora



En intervenant auprès des industries et commerçants au détail, Assaí est un co-développeur des outils et solutions prônés par le Programme Boi na Linha, qu'Imaflora coordonne depuis 2019 avec le soutien du Ministère public fédéral. Depuis 2020, l'entreprise participe aux discussions des enjeux de la mise en œuvre du Protocole de contrôle des éleveurs de bétail en Amazonie par les abattoirs fournisseurs.

En 2021, elle a contribué aux conceptions du Protocole de contrôle des éleveurs de bétail au Cerrado et du Guide pour une politique d'achat de viande bovine dans le commerce de détail. Elle a notamment été une paneliste invitée aux webinaires de lancement de septembre et octobre.

L'entreprise participe également aux discussions concernant le contrôle des fournisseurs de viande dans le commerce de détail, qui devront mener vers l'adoption d'un nouveau protocole au premier semestre de 2022. Enfin, Assaí a été un partenaire formidable et transparent dans la démonstration des avancements et défis pour la constitution de chaînes responsables.





Politique socio-environnementale pour l'achat de viande bovine

Certification – La certification est la première étape du processus. Elle fixe les critères minimums pour qu'un fournisseur soit apte à commencer à faire affaire avec Assaí. En plus d'assurer la sensibilisation du fournisseur eu égard à nos engagements socio-environnementaux, celui-ci doit fournir des preuves sur son alignement, son engagement et son adhésion aux engagements de Assaí.

Cette étape s'applique sur tous les produits de viande bovine revendus par nous, issus soit des fournisseurs nationaux soit de nos marques propres. Ils doivent tous devenir obligatoirement utilisateurs des Protocoles du projet « Boi na Linha » et assurer que leurs élevages respectent les 12 critères de l'achat de bétail (voir page 102). Dans le cadre de la certification, les fournisseurs doivent confirmer connaître et accepter les termes de notre Politique d'achat. Tout fournisseur de viande bovine d'origine brésilienne, in natura ou transformée, fraîche ou surgelée, doit:

- 1) Signer notre politique socio-environnementale de l'achat de viande bovine (en lien avec le protocole Boi na Linha) et veiller à son respect.
- 2) Prouver disposer ou louer système exclusif de traçabilité et géosurveillance par satellite et s'engager à mener une analyse socio-environnementale de toute ferme de laquelle il veut acheter des animaux destinés à l'abattage.
- 3) Respecter les lois et règlements en vigueur, connaître les valeurs et respecter les principes éthiques établis dans le Code d'éthique de chez

Assaí, ainsi que dans les Politique de la diversité, l'inclusion et les droits humains, et Politique des droits humains sur la chaîne de valeur, également de l'entreprise.

- 4) S'engager à transmettre les informations sur l'origine des lots rachetés par Assaí par notre système de traçabilité.
- 5) Être conscient et accepter que les fermes seront soumises à une deuxième analyse par Assaí (par le système de géosurveillance de l'entreprise). En cas d'irrégularité suspectée, les producteurs devront fournir preuve contraire ou bloquer les fermes.
- 6) Présenter le Terme d'ajustement de conduite (TAC) auprès du Parquet fédéral dans les états où il est exigé.
- 7) Assurer la qualité des produits d'origine animale par l'entremise du service fédéral d'inspection (SIF).





L'objectif de cette étape est d'assurer que le fournisseur prenne conscience et s'engage à respecter les exigences de Assaí, ainsi que les exigences socio-environnementales établies par le Code forestier, les lois en vigueur applicables et les normes de qualité des produits (Service fédéral d'inspection - SIF, fiches techniques, etc.).

Les fournisseurs qui n'acceptent pas les conditions de la Politique socio-environnementale de l'achat de viande bovine et/ou violent ces critères à n'importe quel moment de la relation commerciale seront soumis aux mesures conséquentes, dont le blocage et l'impossibilité de commercer avec Assaí jusqu'au rétablissement.

Contrôle de l'achat de bétail par le producteur – Les abattoirs-fournisseurs de viande pour Assaí, pour leur compte ou pour le compte d'une autre marque, doivent, depuis 2017, disposer d'un système propre de géosurveillance par satellites permettant le contrôle des risques socio-environnementaux à partir de la localisation des élevages et de la comparaison avec les données publiques.

Tous les abattoirs-fournisseurs doivent utiliser cet outil de géosurveillance, indépendamment de l'emplacement géographique de leurs unités. Ils doivent également s'assurer que tous les lots de bétail acheté satisfassent les critères de la Politique de Assaí. Le choix de l'outil revient au fournisseur, mais il doit s'assurer que le système respecte les critères prévus à la Politique de Assaí et au Protocole Boi na Linha (voir page 103).

Le fournisseur est responsable de la gestion, du contrôle de l'origine et des analyses socio-environnementales des fermes, ainsi que de la transmission de ces données à Assaí.

Actuellement, 100% de nos fournisseurs directs de viande bovine disposent d'un système de géosurveillance socio-environnementale et transmettent les données de traçabilité à Assaí.



La Politique socio-environnementale de l'achat de viande bovine assure la qualité des produits



Traçabilité et transparence des données sur les achats des fournisseurs

– Pour tous les lots rachetés par Assaí, les fournisseurs doivent saisir sur l'outil de traçabilité les données sur l'origine directe du bétail (renseignements sur la ferme d'origine, les numéros de lot, et l'abattoir). En plus des données socio-environnementales, sont collectées également des informations sur la sécurité et la qualité alimentaires (norme de découpe et intégrité de l'emballage, de l'étiquette et de la date de production).

Revérification de l'analyse socio-environnementale - Géosurveillance Assaí - Afin d'évaluer l'adhésion et l'exactitude du processus de surveillance des abattoirs-fournisseurs, Assaí mène une revérification des lots achetés auprès des fermes d'origine en s'assurant de la conformité aux critères prévus à la Politique et au Protocole Boi na Linha.

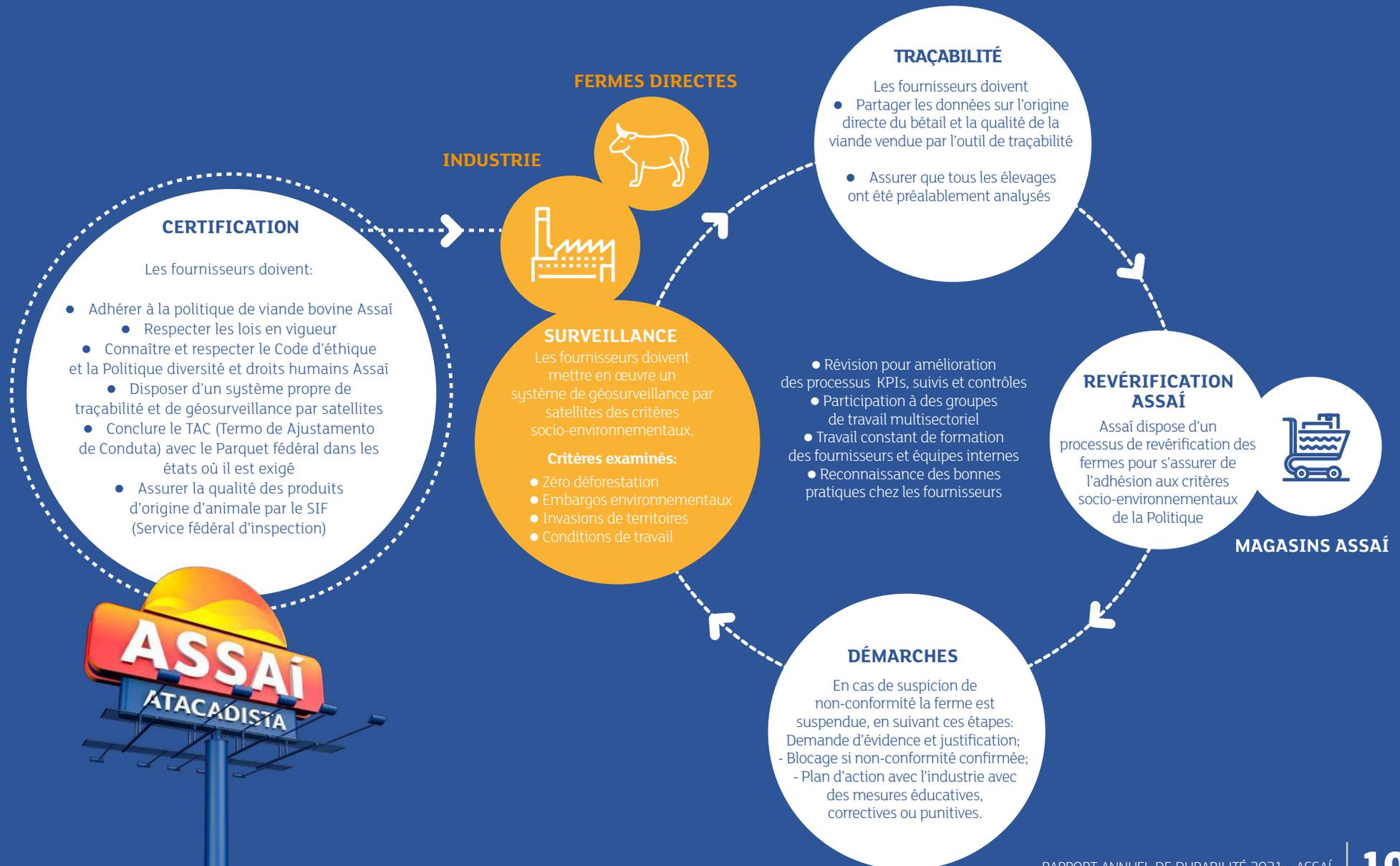
Ce processus de revérification analyse les mêmes critères et reprend le même critère utilisé par l'industrie. Dans le cas de suspicion de non-conformité, la ferme est suspendue et le fournisseur doit soumettre une preuve contraire pour l'analyse de Assaí. Si la non-conformité est confirmée, la ferme est bloquée et un plan d'action est établi auprès du fournisseur comprenant des mesures éducatives, correctives et/ou punitives.

Démarches – Toutes les industries de transformation doivent satisfaire à l'ensemble de la Politique socio-environnementale de l'achat de viande bovine s'ils veulent continuer à fournir Assaí. Ceux qui refusent de respecter ces exigences dans la mise en oeuvre et/ou le contrôle seront soumis à des mesures conséquentes, dont le blocage et l'empêchement de faire affaire avec toutes les unités Assaí jusqu'au rétablissement. Depuis 2017, 30 fournisseurs nationaux ont présenté une non-conformité et ont été bloqués. Parmi ceux-ci, 4 ont satisfait à des plans de rétablissement et 26 sont toujours bloqués (status du 31 décembre 2021).

En parallèle à ce processus, des forums internes sont tenus auprès des secteurs concernés afin de suivre tous les indicateurs de chacune des étapes. Sur la base de ces résultats, nous établissons des plans d'action d'amélioration continue mis en oeuvre avec les fournisseurs. La gouvernance et la surveillance de la politique socio-environnementale de viande bovine relève, en dernière instance, du Comité de durabilité et gouvernance, organe de conseil du Conseil d'administration.



ÉTAPES DE LA POLITIQUE SOCIO-ENVIRONNEMENTALE DE L'ACHAT DE VIANDE BOVINE





COOPÉRATION

Nous participons activement à des groupes de travail afin de trouver des solutions intégrant tous les maillons de la chaîne des bovins. Nos actions et nos engagements sont basés sur plusieurs cadres de bonnes pratiques contre la déforestation, ainsi que l'appui et la coopération au travail en réseau:

- Boi Na Linha/ Imaflora
- Coalizão Brasil Clima
- Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI)
- Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTFS)
- Grupo de Trabalho da Carne na Coalizão Floresta Positiva do Consumer Goods Forum (CGF)
- World Wildlife Fund (WWF-BRÉSIL) – Plateforme pour les fournisseurs de viande sans déforestation dans leurs chaînes d'approvisionnement.

Tous les détails sont disponibles à la page 30.

En 2021, nous avons contribué au développement du « Guide de préparation de la Politique d'achat de viande bovine pour les détaillants ». Son objectif est d'aider les détaillants dans le contrôle afin d'assurer la conformité du marché. Le guide a été organisé par Imaflora, avec le soutien du Parquet fédéral et la contribution des expériences et politiques de chez Assaí.

Nous avons participé, cette année, en partenariat avec *Colaboração para Florestas e Agricultura* (CFA), au Hub de Développement de chaînes sans déforestation. Son but était d'engager nos fournisseurs de viande bovine dans l'adoption de pratiques plus durables à travers la promotion de la coopération pour la préservation des forêts et d'une chaîne de la viande sans déforestation. Le Hub a mené un travail de diagnostic auprès de quatre industries partenaires de Assaí afin que chacun puisse mettre en oeuvre un plan d'amélioration en vue d'une chaîne sans déforestation ou conversion de végétation naturelle.

Groupe de travail de la viande de la Coalition forêt positive de chez Consumer Goods Forum

Compte tenu de la complexité de la chaîne de production de la viande bovine et le nombre d'acteurs concernés, le Groupe Casino et Assaí sont d'avis que les solutions coopératives sont nécessaires pour une action efficace. C'est pourquoi le Groupe Casino co-dirige le Groupe de travail de la viande bovine, créé par la Coalition forêt positive de chez Consumer Goods Forum. Il vise à mobiliser tous les acteurs qui font l'achat de viande bovine au Brésil afin de renforcer et améliorer collectivement les outils et les actions de contrôle de la chaîne de production au pays. Ses travaux sont appuyés par l'Institut Proforest dans le but de définir un cadre de principes communs que les membres veillent à appliquer pour l'ensemble de leurs fournisseurs brésiliens.

En 2021, Casino a participé et co-organisé plus de dix réunions du Groupe. Selon les données de la Coalition forêt positive, ce groupe a évalué les pratiques de 20 industries brésiliennes, responsables de l'opération et de l'approvisionnement de plus de 100 abattoirs dans les biomes de l'Amazonie et du Cerrado. L'objectif est de publier les directives pour les fournisseurs de viande, dès le début 2022, afin d'assurer que les élevages partenaires ne soient pas impliqués dans la déforestation du Brésil.

Le Groupe de travail a également organisé une série de webinaires intitulée « Journées d'apprentissage » afin de sensibiliser les membres de la coalition et leurs fournisseurs de viande sur les principaux défis et solutions pour améliorer les processus de contrôle des élevages et appuyer leurs meilleures pratiques. Les webinaires ont été développés en partenariat avec le Programme *Beef Toolkit*, financé par *Global Environment Facility* (GEF).



RÉSULTATS

22 fournisseurs actifs au 31/déc/2021

10.133 Fermes directes revérifiées selon les critères socio-environnementaux de chez (système de géosurveillance)

100% des fournisseurs directs de viande bovine conformes à notre Politique socio-environnementale de l'achat de viande bovine.

100% des industries dotées d'un système exclusif de géosurveillance et traçabilité

30 fournisseurs de viande non-conforme bloqués entre 2017 et le 31/déc/2021

4 fournisseurs bloqués ont adopté des plans d'action et sont redevenus fournisseurs auprès Assaí (de 2017 au 31/déc/2021)

26 fournisseurs toujours bloqués (de 2017 au 31/déc/2021)

ENGAGEMENTS

100% des fournisseurs signataires de la Politique socio-environnementale de l'achat de viande bovine.

Atteindre 100% du volume de viande acquise auprès de fournisseurs dotés de systèmes de géosurveillance.



Sergio Schuler,
Président du GTPS

“

Assaí participe de manière active au Groupe de travail de l'élevage durable (GTPS), organisé par la Table brésilienne d'élevage durable. En 2021, il a répondu présent aux discussions sur la traçabilité, le contrôle et d'autres enjeux pertinents pour la chaîne de production de la viande bovine. Il a également rejoint notre Conseil directeur. Dans cette période, on souligne la signature de l'Engagement public, Assaí s'engage à développer la durabilité sur la filière de l'élevage au Brésil. Ce fructueux partenariat continue en 2022 pour construire ensemble un élevage de plus en plus durable !

”



Droits humains: Conditions de travail

Notre **Politique de diversité et droits humains** cherche à créer les conditions de la formation d'une culture sans discrimination et de valorisation et respect de l'égalité des chances, à partir des principaux instruments internationaux des droits humains, dont la Déclaration universelle des Nations Unies, les conventions de l'OIT (Organisation internationale du travail), les ODD (Objectifs de développement durable) et la Convention relative aux droits de l'enfant. Nous cherchons ainsi à assurer les droits de tous les humains indépendamment de l'origine, la condition sociale, la race, la religion, et le sexe, et nous engageons à les respecter sur notre chaîne de valeur.

Notre politique prévoit le respect des droits humains dans les relations de travail, autant dans nos unités que sur la chaîne de valeur. Notamment, l'interdiction du travail des enfants et la protection des droits de l'enfant et de l'adolescent, l'interdiction du travail forcé ou analogue à l'esclavage, les mesures disciplinaires en cas d'harcèlement ou d'agression, la liberté d'association syndicale, la négociation collective et les mécanismes de plainte, le respect des heures travaillées, les salaires et avantages, l'assurance d'un lieu de travail sûr et sain, et la sécurité du travail.

Aux fournisseurs situés dans des pays à plus grand risque ou de produits exclusifs, nous avons prévu un processus d'attestation de la conformation sociale des fournisseurs par l'entremise de l'ICS (*Initiative for Compliance and Sustainability*) afin d'évaluer les conditions de travail dans les usines. Selon les résultats, nous structurons des plans d'actions propres à chaque fournisseur. Après l'évaluation des résultats de conformité nous appliquons, le cas échéant, les sanctions adéquates, de la demande de correction de la conduite jusqu'à la suspension des relations commerciales. En 2022, au-delà des usines, nous entamerons ce processus auprès des éleveurs et fermiers, en donnant la priorité aux chaînes à plus grand risque.

CERTIFICATION

Afin d'assurer l'adhésion aux directives de chez Assaí, préalablement à toute relation commerciale, les fournisseurs et prestataires de service potentiels sont soumis à un processus de certification qui comprend l'analyse de la *Lista Suja de Trabalho Escravo* (base de données officielles sur le travail esclave, tenue par le Ministère de l'économie et le Secrétariat aux politiques publics du travail) et des embargos Ibama (l'Institut brésilien de l'environnement et des ressources naturelles renouvelables). La présence sur ces bases de données entraîne l'échec automatique et l'interdiction de fournir des produits ou services à Assaí.

Également, tout fournisseur s'engage à fournir seulement les produits et services conformes à la **Charte de l'éthique pour fournisseurs** aux politiques et normes internes de l'entreprise, ainsi qu'aux lois et règlements applicables à son activité et aux règles internationales applicables. internacionais, quando cabível.





AUDIT DE CERTIFICATION

Dans le but d'évaluer la conformité sociale de tous nos fournisseurs, nous menons des audits présentiels dans les usines à plus grand risque et vulnérabilité au travail, y compris celles de tous les produits de nos marques exclusives. Les audits sont réalisés par des commissaires extérieurs spécialisées, en application des critères et méthodologies suivants:

Initiative for Compliance And Sustainability (ICS)

Nous sommes associés à l'*Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)* pour le contrôle des conditions de travail. La méthodologie prévoit des visites aux usines et l'analyse de documents, ainsi que la réalisation d'entretiens anonymes avec les collaborateurs afin d'aborder les enjeux suivants: travail forcé; traite de personnes et travailleurs migrants; travail des enfants; liberté d'association; droit à la négociation collective; discrimination; santé et sécurité du travail; harcèlement et agressions; rémunération et avantages; heures travaillées et supplémentaires.

Chaque audit ICS émet un rapport contenant les points obtenus par le fournisseur dans son évaluation. Ce score détermine s'il est apte à établir une relation commerciale avec le Groupe, selon les niveaux:

- Approvisionnement autorisé
- Approvisionnement autorisé avec plan d'action à conclure d'ici six mois
- Approvisionnement autorisé avec obligations d'audit de follow d'ici six mois
- Approvisionnement non-autorisé avant audit de follow up
- Usine non-autorisée et fournisseur bloqué



FLUX DE L'AUDIT ICS

LE PROCESSUS D'AUDIT EN CINQ ÉTAPES:





Certification ABVTEX

La même procédure est prévue pour l'industrie textile, suivant les normes de l'Association brésilien des détaillants de textile (ABVTEX). L'entité réunit des représentants nationaux et internationaux et se démarque grâce à ses actions pour l'approvisionnement responsable, le travail digne et la lutte contre l'informalité, et d'autres enjeux.

Ensemble pour les droits humains et la diversité

En 2021, nous avons lancé, à travers l'Université Assaí, une formation sur les chaînes de valeur durables, spécialement conçue pour les équipes

commerciales. Ainsi, nous partageons des connaissances tout en diffusant nos directives et procédures. Parmi les sujets abordés, on traite des risques associés aux droits du travail sur la chaîne de valeur. Nous menons également des campagnes de vulgarisation et sensibilisation sur les questions de genre et de race. Les partenaires de revente sont soumis à des audits réguliers sur les enjeux de la diversité, l'inclusion et les droits humains.

Nous sommes engagés à faire les autres entreprises réaliser des actions affirmatives et formations pour ensemble combattre la violence motivée par la discrimination. Pour ce faire, nous promouvons un agenda de la diversité, de l'inclusion et des droits humains spécialement en matière de non-violence dans la filière du commerce au détail.





COMMUNAUTÉS

Notre engagement: Être un agent mobilisateur pour la promotion d'opportunités plus inclusives et justes.



Notre stratégie d'action vise à créer un impact social positif sur la société. C'est pourquoi nous renforçons **notre objectif de promouvoir des opportunités et une trajectoire de prospérité pour les gens et les communautés.**

Ceci exige renforcer nos relations avec les clients, fournisseurs, collaborateurs et organisations sociales locales afin de construire une action conjointe en tant que véritables agents de transformation.



Gestion des impacts (covid-19)

Des nombreux défis ont marqué l'année 2021 en ce qui concerne la pandémie de covid-19, qui est demeurée très présente au Brésil au long de toute l'année. Nous avons maintenu tous nos efforts pour continuer à remplir notre rôle dans la commercialisation de produits essentiels pour l'alimentation et le bien-être de la population, en soutenant les clients, les collaborateurs et les communautés voisines et en contribuant à leur sécurité face aux dangers toujours présents liés au virus.

Inquiets de la sécurité des collaborateurs et clients, nous avons maintenu des actions et opérations: l'installation de panneaux en acrylique aux caisses et comptoirs; le respect rigoureux des protocoles de sécurité dans les magasins, dont l'usage obligatoire du couvre-visage, la disposition de désinfectant pour les mains partout à travers les magasins, et la prise de température à l'entrée; la signalisation de la distanciation sociale dans les lignes des caisses et comptoirs de service; une attention particulière au nettoyage et à l'hygiénisation de toutes les surfaces et produits, ainsi que l'assainissement des magasins. Nous avons maintenu également la communication active (dans nos magasins, sites, applications et réseaux sociaux) des mesures aux magasins, afin d'assurer la sécurité de toutes et tous, lancé un partenariat avec Cornershop by Uber pour l'achat sur l'application, une action inédite de numérisation de l'expérience client, disponible dans plus de 25 villes.



Soutien aux communautés locales

En 2021, nous avons continué à renforcer notre soutien aux personnes les plus impactées par la pandémie à travers le don de 147 mille paniers aux institutions partenaires. Ces actions ont été possibles grâce à nos partenaires, qui augmentent leur portée. Nous avons soutenu plus de cent institutions régionales et nationales. Le mouvement Tem Gente com Fome, qui lutte contre la faim et dont la mobilisation a été soulignée dans les médias, a compté sur l'appui de Assaí par l'entremise du partenariat avec UNEAFRO (organisation de soutien aux causes sociales en lien avec la diversité et la lutte contre toutes les formes de discrimination et de préjugés, particulièrement la lutte antiraciste), qui a reçu notre don de 20 mille paniers distribués à des familles dans 23 états brésiliens.



Wellington Aparecido Santos Lopes,
UNEafro Brasil

“

Lorsque la faim frappe les périphéries, les deux dernières ressources sont la solidarité et la radicalité contre la misère. Nous œuvrons pour la justice sociale et contre le racisme. C'est pourquoi les dons sont aussi fondamentaux, ils assurent, par un travail coopératif, le minimum pour ceux qui vivent dans un pays divisé par la faim.

”



Un autre exemple majeur de dons distribués grâce à un partenariat est celui de CUFA (Centrale unique des favelas), une organisation composée d'un réseau de défenseurs des populations de favela, qui contribue au développement d'actions intégrées dans les communautés. 26 mille familles ont été bénéficiaires grâce à ce partenariat. L'ensemble de nos actions a permis de donner plus de 1,3 mille tonnes de denrées à plus de 147 familles à travers le Brésil cette année



+147 mille
FAMILLES
SERVIES



DONS DE
+1,3 mille
TONNES DE
DENRÉES

À TRAVERS
+100
INSTITUTIONS

UNEafro

CUFA
CENTRAL
ÚNICA
DAS FAVELAS



Preto Zezé,
Président national
chez CUFA

“

C'est très important compter sur le soutien d'une grande entreprise comme Assaí dans nos actions. La société et les entreprises doivent comprendre qu'ils ont une fonction sociale et que nous devons accueillir et soutenir les gens traversant des difficultés à cause d'une tragédie, que ce soit une pandémie ou les pluies.

”



Campagnes sociales

En 2021, la responsabilité sociale a été au cœur de nos actions de marketing, dont la **Campagne de l'anniversaire de 47 ans de Assaí**, entre septembre et octobre. Par l'action "Croire et aider fait du bien", nous voulions aider des personnes en situation de vulnérabilité sociale dans toutes les régions du Brésil avec le don d'aliments à travers le réseau Ação da Cidadania, qui regroupe des leaders communautaires participant aux diverses sphères sociales et mène régulièrement des actions dans les domaines de la santé, l'éducation, la culture et la création d'emploi et de revenus auprès des personnes âgées, des femmes, des jeunes et des enfants dans les communautés.

Dans le cadre de l'action, plus de 200 tonnes de produits ont été distribués dans les cinq régions du pays, soit plus de 400 mille repas. Dans nos campagnes de marketing de commandites sportives, nous faisons la promotion des dons dans la Copa Nordeste, un championnat régional de football. L'action a encore une fois été menée en partenariat avec Ação da Cidadania et intègre **Nordeste Cuida**, marque solidaire de la Coupe du Nordeste de football. À la fin de la campagne, 56 tonnes de denrées ont été distribuées de manière égalitaire entre les états de la région: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí, Rio Grande do Norte et Sergipe.

Au second semestre, nous avons mené des campagnes dans le cadre du principal championnat de football au pays, le **Brasileirão**. À chaque mois, les journalistes et entraîneurs élisent le meilleur joueur du mois. Le lauréat peut choisir une institution de son état de naissance, parmi celles enregistrées auprès de Assaí, pour le don de dix tonnes de denrées. La campagne s'est déroulée d'août à décembre et un total de 50 tonnes ont été distribuées à plus de cinq milles familles en situation de vulnérabilité sociale.

Nous sommes toujours engagés envers nos clients par les campagnes de mobilisation pour la levée de fonds et produits, dont la Campagne de la solidarité, le Noël de la solidarité et les campagnes d'urgence ponctuelles.

Ensemble, les campagnes ont soutenu près de **70 mille familles**, avec plus de **700 tonnes** de denrées données au long de l'année. Fin 2021, au moment où de fortes pluies ont touché Bahia, Assaí a assuré un soutien d'envergure aux familles impactées par des dons totaux de **plus de 100 tonnes** d'aliments collectés en 2021 auprès de nos clients dans les 18 magasins de l'état.





**Rodrigo "Kiko"
Afonso,**
Directeur exécutif
Ação da Cidadania

“

Tout au long de la pandémie de covid-19, Assaí a été un partenaire d'envergure dans les actions de notre organisation, en aidant à atténuer les impacts causés par les crises sociale et économique que nous vivons. Nous sommes sûrs de l'attention sincère de l'entreprise à la sécurité alimentaire et de la poursuite du partenariat à long terme.

”



**Elaine Correia
Cerigato,**
lauréate Campagne
de l'anniversaire de
47 ans de Assaí

“

J'ai été surprise par l'appel de la direction de Assaí m'annonçant le prix que j'avais gagné. Quand je suis allée le récupérer, une fête fut organisée partout au magasin. Il ne s'agit pas seulement de la valeur ajoutée, mais aussi de savoir que Assaí développe des campagnes sociale pour le don d'aliments pour les familles qui en ont besoin. Merci Assaí pour le prix et ces bonnes actions. Vous faites sûrement la différence dans ma vie et dans celle de milliers de familles.

”



Appui à l'entrepreneuriat

Au cœur de notre stratégie de soutien à la société pour la création d'emploi et revenus se trouve l'**Académie Assaí Bonnes Affaires** qui consiste en un programme d'investissement social soutenant, depuis 2017, les micro et petites entrepreneures de la filière de l'alimentation avec des formations, le partage d'informations, des événements et des appuis divers.

Nous offrons aux membres de l'Académie Assaí Bonnes Affaires des contenus gratuits de qualité, d'un langage clair et accessibles, et des informations personnalisées pour différents types d'affaires de la filière alimentaire. En 2021, les mesures de distanciation sociale ont empêché la tenue de cours présentiels, mais les accès à la plateforme ont dépassé 2,5 millions, soit une croissance de 59% par rapport à la même période l'an passé. Au long de l'année, plus de 8 mille personnes ont reçu des attestations. Nous soulignons le nouveau parcours d'apprentissage « Vaincre la crise ».



Noeli Angelita Fernandes,
propriétaire chez Abeille Gourmet,
Pâtissière artisanale



Jéssica Santiago Santos,
propriétaire chez
Delícias das Maria



Toujours en 2021, nous avons conclu des partenariats avec des organisations spécialisées dans la formation en gestion et finances pour les petites entreprises, dont SEBRAE (Service brésilien de soutien aux micro et petites entreprises), la principale organisation de soutien aux micro et petit.es entrepreneurs et entrepreneuses au Brésil. Nous appuyons également **Parceiros em Ação**, une initiative de la Banque Santander en partenariat avec Accenture qui vise à renforcer les petites entreprises avec un soutien spécialisé, et des formations en gestion et éducation financière. À travers ces activités, nous offrons des cours en ligne gratuits sur le site de l'Académie Assaí Bonnes Affaires pour favoriser le développement de compétences spécifiques dans la filière alimentaire. Ces cours sont adaptés à un public de micro et petit.es entrepreneurs et entrepreneuses.

ACADÉMIE ASSAÍ BONNES AFFAIRES

	2021	2020	2019
Entrepreneurs.euses inscrit.es	27.295	28.931	26.739
Accès plateforme en ligne	110.630	83.335	54.404
Total d'entrepreneurs.euses inscrit.es	2.541.856	1.598.497	1.726.009
Accès balados	2.223	2.746	-
Attestations émises	9.107	2.161	2.537
Prix (Prix Académie Assaí)	1.500	150	15



Leandro José Tenório,
propriétaire chez *Café e Sabores Delicatessen et Vitamina G Charcutaria Artesanal*



Reconnaissance des meilleures pratiques et prix aux entrepreneurs

Depuis 2018, nous célébrons les entrepreneurs.euses inspirantes à travers le **Prix Académie Assaí Bonnes Affaires**.

La 4e édition du Prix Académie Assaí Bonnes Affaires a eu lieu entre les mois de juillet et septembre 2021. L'action a visé à appuyer financièrement et offrir des outils d'appui aux entrepreneurs impactés par la pandémie de covid-19 dans le réaménagement de leurs affaires. Le prix a honoré les professionnels de la filière alimentaire de toutes les régions brésiliennes dont l'entreprise (formalisée ou non) s'inscrivait dans l'une des trois catégories suivantes: « point de vente fixe », « vendeur.se ambulante » ou « ventes sur commande ».

Compte tenu du contexte de pandémie, **le prix qui honorait 15 lauréats lors des deux premières éditions, puis 150 en 2020, a encore grandi en décernant 1.500 prix en 2021. Les lauréats ont reçu un soutien pour investir dans leurs entreprises allant jusqu'à quatre mille reais, en plus d'une semaine exclusive de formation et de sessions individuelles avec des consultants.**

Le processus de sélection et de remise des prix a reflété l'équité de genre en mettant l'accent sur les niveaux socio-économiques les plus vulnérables.

L'inscription de plus de 16 mille candidatures représente une hausse de 28% par rapport à l'a dernier. Parmi les candidatures retenues, 79% sont des femmes et 80% se sont autodéclarées noires ou pardas.



Karla Ribeiro da Silva,
propriétaire chez
Delicias di mãe e filhos



José Ari Linhares da Silva,
propriétaire chez Sabor do
Churrasco



Andrey de Castro Correa,
propriétaire chez Frango
do Negão



Josiane Silva Nascimento,
lauréate du Prix Académie Assaí Bonnes Affaires, catégorie ventes sur commande

“

Je suis mère d'un enfant à besoins particulier et j'ai créé Boloterapia pour pouvoir travailler tout en prenant soin de lui. La crise m'a fait douter de mon choix. J'avais besoin de quelqu'un pour me rassurer. Mon expérience à l'Académie Assaí a été le coup d'envoi pour être plus qu'une femme qui fait des gâteaux et devenir une entrepreneuse.

”



Lina Maria Useche Jaramillo Kempf,
directrice de Relations institutionnelles chez Aliança

“

Nous célébrons quatre ans de partenariat avec le Prix Académie Assaí Bonnes Affaires en 2021. Nous sommes extrêmement fiers d'en faire partie et de contribuer à une initiative d'un impact aussi grand auprès de microentrepreneuses et entrepreneurs, avec l'émission de plus de 7 mille attestations seulement l'an dernier. C'est un honneur de développer du contenu exclusivement pensé pour les microentrepreneuses de l'alimentaire et pouvoir dédier autant de temps et d'énergie pour connaître en profondeur leurs défis, rêves et forces! Continuons engagés ensemble à appuyer ce groupe aussi touché par la pandémie, mais au potentiel incroyable pour l'économie brésilienne.

”



SALON NOIR

Pour la 4e année consécutive, nous soutenons Salon Noir, le plus grand événement de culture et entrepreneuriat des Noir.es en Amérique latine.

Dans l'édition 2021, l'événement a célébré ses 20 ans d'histoire en soulignant la technologie, l'innovation et la créativité noire et périphérique dans un format 100% en ligne. L'Académie Assaí Bonnes Affaires, partenaire de contenu du Salon, a développé une page exclusive avec différents

contenus et matières sur l'entrepreneuriat et la gastronomie. Dans le cadre du Salon noir nous avons offert des formations et activités diverses d'apprentissage (atelier, immersions créatives et réseautage) en partenariat avec Afrolab, en mettant en avant les aspects techniques fondamentaux de la création et gestion des affaires.

SOUTIEN FINANCIER

Depuis 2018, nous appuyons financièrement - individuellement et en dehors des actions de l'Académie Assaí Bonnes Affaires - diverses initiatives d'institutions et organisations sociales œuvrant dans le soutien et l'habilitation des micro et petit.es entrepreneurs.euses à travers le Brésil. Ce soutien se fait par des subventions financières découlant de la vente de sacs plastiques dans nos magasins. En 2021, nous avons soutenu neuf institutions de ce domaine, dans les états de São Paulo, Rio de Janeiro, Amazonas, Bahia et Minas Gerais.



L'INSTITUT ASSAÍ

Dans toutes ses actions de responsabilité sociale, Assaí a toujours compté sur le soutien de l'Institut GPA, organisation à but non lucratif qui promeut la stratégie et la gestion des investissements sociaux du Groupe Pão de Açúcar. Suivant la scission des opérations du GPA, le secteur social a également été réaménagé avec la création, en 2021, d'un institut corporatif propre.

La nouvelle branche sociale de l'entreprise, l'Institut Assaí, sera lancé en 2022. Il naît pour élargir les opportunités de développement personnel et communautaire selon trois dimensions prioritaires: l'entrepreneuriat, l'alimentation et le sport.

Aperçu des projets
d'entrepreneuriat soutenus
par l'investissement
social Assaí

Vale do Dendê



INSTITUTO
Peabiru





4

ANNEXES



GESTÃO DE IMPACTOS

	THÈMES MATÉRIELS	ENGAGEMENT	Cible
VALORIZAÇÃO DA NOSSA gente MISE EN VALEUR DE NOS GENS	Diversité, inclusion et lutte contre la discrimination	100% des fournisseurs, prestataires de services formés en diversité	annuelle
ENGAJAMENTO com a sociedade ENGAGEMENT À LA SOCIÉTÉ	Renforcement des petites entreprises	Atteindre 50.000 entrepreneurs.euses diplômé.es	2025
		Atteindre 4.000.000 utilisateurs uniques sur la plateforme	2025
GESTÃO INTEGRADA e transparência GESTION INTÉGRÉE ET TRANSPARENCE	Gouvernance, éthique, transparence et lutte contre la corruption	100% des collaborateurs.rices formé.es en éthique intégrité	annuelle
		Maintenir 100% de due diligence pour les prestataires de services	annuelle
COMBATE ÀS mudanças climáticas LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	Lutter contre les changements climatiques	Réduction de 38% des émissions de portée 1 et 2 (année de base 2015) dont la réduction de 30% d'ici 2025	2030
		Maintenir 100% de magasins sur le Marché libre de l'énergie	annuelle
	Lutter contre le gaspillage alimentaire	100% de magasins faisant le don de FLS aux banques alimentaires	2025
TRANSFORMAÇÃO na cadeia de valores TRANSFORMATION SUR LA CHAÎNE DE VALEUR	Développement de pratiques durables sur la chaîne d'approvisionnement afin d'assurer le respect à l'environnement et aux gens	100% des industries signataires de la Politique socio-environnementale pour l'achat de viande bovine	annuelle
		100% des fournisseurs internationaux soumis à audits des conditions de travail	annuelle
		100% des fournisseurs de marques exclusives soumis à audits des conditions de travail	2022
		100% des fournisseurs textiles certifiés par ABVTEX	annuelle
		100% de l'huile de palme avec origine certifiée sur les produits des marques exclusives	2022



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

RÉFÉRENCE	ÉLÉMENTS D'INFORMATION	PAGE
102	PROFIL DE L'ORGANISATION	
102-1	Nom de l'organisation	Couverture
102-2	Activités, marques, produits et services	15
102-3	Siège social	15
102-4	Répartition des opérations	15
102-6	Marchés desservis	15
102-7	Taille de l'organisation	15
102-10	Changements substantiels dans l'organisation et sa chaîne d'approvisionnement	7, 15, 36
102	STRATÉGIE	
102-14	Déclaration du décideur le plus haut placé	7
102-15	Principaux impacts, risques et opportunités	7
102	ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ	
102-16	Valeurs, principes, normes et codes de comportement	32, 38, 41, 95
102-17	Mécanismes pour orientations et préoccupations liées à l'éthique	38, 41, 95
102	GOVERNANCE	
102-18	Structure de la gouvernance	36



RÉFÉRENCE	ÉLÉMENTS D'INFORMATION	PAGE
102-19	Délégation de l'autorité	36
102-20	Responsabilités des postes et fonctions de niveau exécutif par sujets économiques, environnementaux et sociaux	36
102-21	Consultation des parties intéressées sur les sujets économiques, environnementaux et sociaux	10
102-22	Composition de l'instance supérieure de gouvernance et de ses comités	36
102-23	Évaluation de la performance de l'instance supérieure de gouvernance	36
102-29	Identification et gestion des impacts économiques, environnementaux et sociaux	81
102-30	Efficacité des processus de gestion du risque	38, 42
102-33	Communication des préoccupations cruciales	42
102	IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES	
102-40	Liste des groupes de parties prenantes	10
102-43	Approche pour l'implication des parties prenantes	10
102	PRATIQUES DE REPORTING	
102-46	Processus de contenu et du périmètre des aspects	10
102	GOUVERNANCE	
102-49	Changements du rapport	10
102-50	Période couverte par le rapport	10
102-51	Date du dernier rapport	10
102-53	Personne-ressource sur le rapport	10
102-54	Déclarations de reporting en conformité avec les normes GRI	10
102-56	Vérification externe	10



INDICATEURS DE PERFORMANCE

Ces indicateurs suivent les principes de la méthodologie Casino.

Indicateur	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Surface de vente des unités propres ouvertes depuis 12 moi ^{s(1)}	✓	M ²	546.658	643.234	759.920
Valorisation de Nos Gens					
Effectifs, rotation et embauches	Indicateur Audité	Unité	2019	2020	2021
Effectifs enregistrés au 31/12/N	✓	Chiffre	43.391	48.885	60.120
Effectifs féminins au 31/12/N	✓	Chiffre	20.607	23.417	29.018
Effectifs masculins au 31/12/N	✓	Chiffre	22.784	25.468	31.102
Effectifs < 30 anos em 31/12/N		%	47	47	47
Effectifs com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N		%	47	48	47
Effectifs com idade > 50 anos em 31/12/N		%	6	5	6
Effectifs < 30 anos em 31/12/N		Chiffre	20.509	22.953	27.987
Effectifs com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N		Chiffre	20.413	23.456	28.376
Effectifs com idade > 50 anos em 31/12/N		Chiffre	2.469	2.476	3.757
Effectifs par race/ethnie - Noirs	✓	Chiffre	14.670	27.031	39.365
Effectifs par race/ethnie - Blancs	✓	Chiffre	5.313	11.605	16.189
Effectifs par race/ethnicité - Autres ethnies	✓	Chiffre	23.408	10.249	4.566
Effectifs par race/ethnicité - Noirs	✓	%	34	55	65
Effectifs par race/ethnie - Blancs(%)	✓	%	12	24	27
Effectifs par race/ethnicité - Autres ethnies	✓	%	54	21	8
Turnover		%	-	-	27,5
Taux d'effectifs dans les postes de direction et plus au 31/12/N	✓	Chiffre	306	343	416
Effectifs par race/ethnie - hommes et femmes noirs	✓	%	36	41	45
État des femmes	✓	%	21	23	26
État des femmes noires	✓	%	5	7	9



Indicateur	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Valorisation de Nos Gens					
<i>Effectifs, rotation et embauches</i>					
	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Effectif haute administration au 31/12/N		Nombre	23	24	35
Dont noirs et noires		%	9	8	11
Dont femmes		%	30	29	26
Dont femmes noires		%	0	0	0
Nombre de personnes handicapées dans l'entreprise au 31/12/N	✓	Nombre	2.308	2.574	3.206
Taux de personnes handicapées au 31/12/N ⁽²⁾	✓	%	5,3	5,3	5,3
Élève(s) en alternance (enseignement professionnel) et en apprentissage au 31/12/N	✓	Nombre	1.356	1.500	1.964
Effectifs à temps plein au 31/12/N	✓	%	96	96	95
Santé et sécurité du travail					
	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Accidents du travail avec congé d'au moins 1 jour	✓	Nombre	574	459	607
Jours de congé pour cause d'accident du travail	✓	Journées	14.504	28.943	20.356
Nombre total d'heures d'absence pour cause d'accident du travail, de maladie ordinaire et de maladie professionnelle	✓	Heures	2.463.807	6.883.681	8.504.434
Taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt d'au moins 1 jour - sur la base du total des heures effectives de travail	✓	%	5,6	4,0	4,6
Taux d'absentéisme pour cause d'accident du travail et de maladie, sur la base du nombre total d'heures travaillées	✓	%	2,4	5,7	6,1
Nombre d'accidents mortels par an		Nombre	-	-	0



Indicateur	Indicateur audité	Unidade	2019	2020	2021
Valorisation de Nos Gens					
Formations	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Nombre total d'heures de formation des employés	✓	Heures	2.070.713	1.487.395	2.359.293
Nombre d'heures de formation par employé	✓	Heures	54	32	45
Nombre d'employés ayant suivi une formation sur la diversité	✓	Nombre	-	-	47.881
Nombre d'heures de formation sur la diversité	✓	Heures	-	-	44.480
Nombre d'employés formés à la conformité	✓	Nombre	-	-	51.292
Nombre d'employés formés au LGPD	✓	Nombre	-	-	37.268
Somme des investissements de l'entreprise en formations		BRL	17.167.625	17.953.139	24.740.450
Somme moyenne dépensée en formation par collaborateur.rice, base temps plein		BRL	401	372	418
Transformation de la chaîne de valeur					
Produits/Portfolio commercialisés	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Nombre de produits de substitution aux protéines animales et aux produits laitiers	✓	Nombre	-	-	1.624
Pourcentage du revenu obtenu avec la vente d'œufs de poules élevées en cage, en plein air et biologiques de marques nationales (par rapport à la vente totale d'œufs)	✓	%	-	-	2,67
Produits alimentaires de marque exclusive	✓	Nombre	-	-	25
Produits DPH de marque exclusive	✓	Nombre	-	-	12
Produits de marque exclusive - non alimentaire	✓	Nombre	-	-	21
Produits alimentaires biologiques d'autres marques	✓	Nombre	-	-	177
Audits sociaux	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Audits sociaux dans les usines des fournisseurs situées dans les pays à risque	✓	Nombre	-	-	4
Nombre d'audits des conditions de travail dans les usines des fournisseurs de marques privées	✓	Nombre	-	-	4



Indicateur	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Lutte contre les changements climatiques⁽³⁾					
Eau	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Consommation d'eau dans les magasins	✓	m ³	770.112	912.036	1.320.091
Consommation d'eau par mètre carré de magasins	✓	m ³ /m ²	2,3	2,2	1,7
Consommation d'énergie	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Énergie totale consommée	✓	MWh	332.946	392.160	488.044
Consommation d'électricité par m ² /store	✓	KWh/m ²	627	610	640
Consommation d'énergie provenant d'autres sources renouvelables (marché libre et autoproduction) ⁽⁴⁾	✓	MWh	37.614	111.428	417.750
Proportion d'autres sources renouvelables (marché libre et autoproduction)	✓	%	11	28	86
Sites fournissant leur propre énergie (centrales solaires photovoltaïques)		Nombre	-	-	7
Consommation de gaz naturel	✓	MWh PCI	328	364	424
Consommation de gaz de pétrole liquéfié (GPL)	✓	MWh PCI	14.617	16.455	19.266
Consommation de gasoil	✓	Litros (L)	6.737.788	6.944.551	2.804.559
Consommation de fluides réfrigérants – climatisation	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
R404A	✓	kg	255	55	356
R134A	✓	kg	258	476	506
R22	✓	kg	435	722	1.310
R410A	✓	kg	1236	804	843
Autres fluides pour la climatisation	✓	kg	193	198	188
Consommation de fluides frigorigènes - réfrigération alimentaire	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
R404A (réfrigérant)	✓	kg	3216	3191	5.038
R134A	✓	kg	2015	3123	1.886
R22	✓	kg	36829	35454	28.006
R410A	✓	kg	907	295	521
Autres réfrigérants	✓	kg	122	119	1.261



Indicateur	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Lutte contre les changements climatiques⁽⁹⁾					
Déchets d'exploitation	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Carton	✓	t	24.551	32.907	36.125
Plastiques	✓	t	4.127	4.865	5.996
Déchets organiques (compostage et autres formes d'utilisation)	✓	t	900	1.102	1.250
Ferraille	✓	t	151	567	1.887
Les déchets (décharges)		t	0	375	248
Ordures (dépotoir)	✓	t	53.905	62.245	70.479
Taux de valorisation des déchets (Déchets recyclés et / ou compostés)		%	36	39	40
Déchets dangereux de l'opération	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Total de déchets dangereux dans l'opération			-	-	-
Déchets des clients	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Déchets des clients (collectés dans les points de collecte volontaire dans les magasins)		t	871	462	328
Lutte contre le gaspillage alimentaire	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Dons alimentaires (Programme Bonne Destination)	✓	t	1.402	2.150	1.226
Magasins faisant les dons d'aliments au moins 1x par an		Nombre	100	100	102
Aliments et résidus FLS (fruits, légumes et salades) envoyés au dépotoir		%	-	-	10
Émissions par portée⁽⁹⁾	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Émissions de charbon - portée 1		t CO ₂ e	119.083	110.274	88.972
Émissions de charbon - portée 2		t CO ₂ e	30.289	30.869	68.148
Émissions de charbon - portée 3		t CO ₂ e	52.935	60.622	62.867



Indicateur	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
cInvestissement social	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Volume de nourriture donnée en tonnes (dons directs)	✓	t	-	-	1.374
Nombre de bénéficiaires des actions des fondations ou des partenariats solidaires		Nombre	1.695	176	1.278
Investissements par subventions publiques		BRL	-	-	0
Académie Assaí Bonnes Affaires	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Académie: Nombre de personnes certifiées	✓	Nombre	-	-	8.014
Autres indicateurs sociaux	Indicateur audité	Unité	2019	2020	2021
Commandites		BRL	-	-	22.597.805
Contributions aux associations de classe		BRL	-	-	119.724
Plus grande contribution à association de classe (Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social)		BRL	-	-	51.000
<i>Net Promoter Score</i>		Index NPS	-	-	53

NOTES:

1. Les surfaces de vente portent sur les unités propres (de propriété et sous contrôle opérationnel) ayant exercé une quelconque activité entre le 1er octobre d'une année et le 30 septembre de l'année suivante (par exemple, la période entre le 01/10/20 et le 30/09/2021). Exclut tous les établissements acquis, ouverts ou fermés pendant cette période.
2. Le pourcentage de personnes handicapées n'est pas le même que celui énoncé à la page 50 parce que le présent tableau considère la méthodologie d'effectifs du Groupe Casino, tandis que Assaí applique les dispositions légales brésiliennes.
3. Tous les indicateurs environnementaux, à l'exception des émissions de GES, sont exprimés selon la méthodologie propre au Groupe Casino, sous réserve des dispositions énoncées à la note numéro 1 (surface de vente). Le bureau administratif est considéré, lorsque applicable.
4. L'énergie électrique acquise par Assaí en tant que consommateur spécial (achat d'au moins 500kW) dans le cadre du marché dérégulé d'achat (Marché Libre de l'Énergie) est admissible au programme de subvention de 50% de la facture d'électricité (grâce à l'emploi de sources vertes, comme l'énergie solaire, éolienne ou de biomasse), conformément aux règles de commercialisation établies par ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) pour les consommateurs spéciaux. Sources: § 5e de l'art. 26 de la Loi n° 9.427, du 26 décembre 1996; REN ANEEL 745 du 22.11.2016.
5. Inclusion des gaz R744 e R407C en 2021.
6. Les données sur les émissions de l'année 2020 ont été réaménagées suite à la publication du dernier rapport annuel compte tenu d'ajustements demandés par audit externe. Les données des émissions de l'année 2021 pourraient changer après la conclusion du processus de vérification par tierce partie.



RAPPORT D'ASSURANCE LIMITÉE DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Au Conseil d'administration et aux actionnaires
Sendas Distribuidora S.A.
Rio de Janeiro – RJ

Introduction

Nous avons été engagés par Sendas Distribuidora S.A. ("Sendas" ou "Société") dans le but d'appliquer des procédures d'assurance limitée sur les informations relatives à la durabilité divulguées dans le Rapport annuel et de durabilité Assaí 2021 ("Rapport") accompagnant le présent rapport, relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2021.

Responsabilités de la direction de Sendas

La direction de Sendas est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des informations sur le développement durable divulguées dans le rapport annuel et de développement durable Assaí 2021, conformément à la méthodologie du groupe Casino et aux contrôles internes qu'elle a jugés nécessaires pour permettre la préparation de ces informations exempt d'anomalies significatives, qu'elles soient dues à une fraude ou à une erreur.

Responsabilité des auditeurs indépendants

Notre responsabilité est d'exprimer une conclusion sur les informations divulguées dans le rapport, sur la base des travaux d'assurance limitée réalisés conformément à la Communication technique (CT) 07/2012, approuvée par le Conseil fédéral de la comptabilité et préparée sur la base de la norme CNB TO 3000 (Travaux d'assurance autres que l'audit et l'examen), publiée par le Conseil fédéral de la comptabilité - CFC, qui est équivalente à la norme internationale ISAE 3000, publiée par la Fédération internationale des comptables, applicable aux informations non financières historiques. Ces normes requièrent que nous nous conformions aux exigences éthiques, y compris les exigences d'indépendance, et que nous effectuions notre travail afin d'obtenir une assurance limitée que les informations incluses dans le rapport, prises dans leur ensemble, sont exemptes exempt d'anomalies significatives.

KPMG Auditores Independentes ("KPMG") applique les normes brésiliennes et internationales en matière de contrôle de la qualité et, par conséquent, maintient un système complet de contrôle de la qualité comprenant des politiques et procédures documentées relatives au respect des normes éthiques et professionnelles, en plus des exigences légales et réglementaires applicables. Nous nous conformons à un code d'éthique complet qui comprend les exigences détaillées en matière d'indépendance, établies sur la base des principes éthiques d'intégrité, d'objectivité, de compétence et de soin professionnels, de confidentialité et de comportement professionnel.

Une mission d'assurance limitée menée conformément à la norme NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalement à demander des renseignements à la direction de Sendas et aux autres professionnels de la société qui sont impliqués dans la préparation des informations incluses dans le rapport, ainsi qu'à appliquer des procédures analytiques pour obtenir des preuves qui nous permettent de conclure de manière limitée sur les informations relatives au développement durable prises dans leur ensemble. Une

mission d'assurance limitée requiert également la mise en œuvre de procédures supplémentaires lorsque l'auditeur indépendant a connaissance d'éléments qui l'amènent à penser que les informations divulguées dans le rapport, prises dans leur ensemble, pourraient présenter des anomalies significatives.

Les procédures sélectionnées ont été fondées sur notre compréhension des aspects liés à la compilation, à l'importance et à la présentation des informations contenues dans le rapport et d'autres circonstances de la mission, ainsi que sur notre examen des domaines et des processus associés aux informations importantes sur la durabilité divulguées dans le rapport où des inexactitudes importantes pourraient exister. Les procédures comprenaient:

a. La planification des travaux: prise en compte de la matérialité des aspects pour les activités de Sendas, de la pertinence des informations divulguées, du volume d'informations quantitatives et qualitatives et des systèmes opérationnels et de contrôle interne qui ont servi de base à la préparation du Rapport Assaí. Cette analyse a permis de définir les indicateurs à tester en détail;

b. analyse des processus d'élaboration des informations contenues dans le Rapport, de sa structure et de son contenu, sur la base de critères définis par Sendas;

c. évaluation des indicateurs suivants échantillonnés:

- Surface de vente des unités propres ouvertes depuis 12 mois;
- Effectifs enregistrés au 31/12/N;
- Effectifs féminins au 31/12/N;
- Effectifs masculins au 31/12/N;
- Effectifs par race/ethnie - Noirs;
- Effectifs par race/ethnie - Blancs;
- Effectifs par race/ethnicité - Autres ethnies;
- Effectifs par race/ethnicité - Noirs (%);
- Effectifs par race/ethnie - Blancs(%);
- Effectifs par race/ethnicité - Autres ethnies (%);
- Effectifs dans les postes de direction et plus au 31/12/N;
- Taux d'effectifs dans les postes de direction et plus au 31/12/N - hommes et femmes noirs;
- Taux d'effectifs dans les postes de direction et plus au 31/12/N - étant des femmes;
- Taux d'effectifs dans les postes de direction et plus au 31/12/N - étant des femmes noires;
- Nombre de personnes handicapées dans l'entreprise au 31/12/N;
- Taux de personnes handicapées au 31/12/N (%);
- Élève(s) en alternance (enseignement professionnel) et en apprentissage au 31/12/N;
- Effectifs à temps plein au 31/12/N;
- Accidents du travail avec congé d'au moins 1 jour;
- Jours de congé pour cause d'accident du travail;
- Nombre total d'heures d'absence pour cause d'accident du travail, de maladie ordinaire et de maladie professionnelle;



- Taux de fréquence des accidents du travail avec arrêt d'au moins 1 jour - sur la base du total des heures effectives de travail;
- Taux d'absentéisme pour cause d'accident du travail et de maladie, sur la base du nombre total d'heures travaillées;
- Nombre total d'heures de formation des employés;
- Nombre d'heures de formation par employé;
- Nombre d'employés ayant suivi une formation sur la diversité;
- Nombre d'heures de formation sur la diversité;
- Nombre d'employés formés à la conformité;
- Nombre d'employés formés au LGPD;
- Nombre d'employés formés à l'éthique;
- Nombre d'employés formés aux questions réglementaires;
- Nombre d'employés formés à la lutte contre la corruption;
- Fournisseurs de viande bovine actifs;
- Exploitations directes réanalysées (double vérification) selon les critères socio-environnementaux d'Assaí (système de géo-surveillance);
- Diriger les fournisseurs de viande bovine en conformité avec la politique socio-environnementale d'achat de viande bovine et avec une traçabilité active;
- Fournisseurs directs de viande bovine disposant de leur propre système de géo-surveillance et d'une traçabilité active;
- Nombre de fournisseurs (entrepôts frigorifiques et usines de transformation) bloqués;
- Nombre de fournisseurs (Frigoríficos et Processadores) qui ont satisfait aux plans d'adéquation;
- Nombre de produits de substitution aux protéines animales et aux produits laitiers;
- Pourcentage du revenu obtenu avec la vente d'œufs de poules élevées en cage, en plein air et biologiques de marques nationales (par rapport à la vente totale d'œufs);
- Produits alimentaires de marque exclusive;
- Produits DPH de marque exclusive;
- Produits de marque exclusive - non alimentaire;
- Produits alimentaires biologiques d'autres marques;
- Audits sociaux dans les usines des fournisseurs situées dans les pays à risque;
- Nombre d'audits des conditions de travail dans les usines des fournisseurs de marques privées;
- Consommation d'eau dans les magasins;
- Consommation d'eau par mètre carré de magasins;
- Énergie totale consommée;
- Consommation d'électricité par m²/store;
- Consommation d'énergie provenant d'autres sources renouvelables (marché libre et autoproduction);
- Proportion d'autres sources renouvelables (marché libre et autoproduction);
- Consommation de gaz naturel;
- Consommation de gaz de pétrole liquéfié (GPL);
- Consommation de gasoil;
- Consommation de fluides frigorigènes - climatisation (R404A, R134A, R22, R410A, autres fluides pour la climatisation);
- Consommation de fluides frigorigènes - réfrigération alimentaire (R404A - réfrigérant, R134A, R22, R410A, autres réfrigérants);
- Déchets d'exploitation: carton, plastique, ferraille;
- Déchets organiques (compostage et autres formes d'utilisation);

- Les déchets (décharges);
- Dons alimentaires;
- Volume de nourriture donnée en tonnes (dons directs);
- Académie: Nombre de personnes certifiées.

d. comprendre la méthodologie de calcul et les procédures de compilation des indicateurs par des entretiens avec les responsables de la préparation des informations;

e. l'application de procédures analytiques aux informations quantitatives et les enquêtes sur les informations qualitatives et leur corrélation avec les indicateurs divulgués dans le rapport;

f. analyse des preuves à l'appui des informations divulguées;
Nous estimons que les informations, les preuves et les résultats obtenus dans le cadre de nos travaux sont suffisants et appropriés pour étayer notre conclusion dans la forme limitée.

Portée et limites

Les procédures appliquées dans une mission d'assurance limitée sont nettement moins étendues que celles appliquées dans une mission d'assurance raisonnable. Par conséquent, nous ne sommes pas en mesure d'obtenir l'assurance que nous avons connaissance de toutes les questions qui seraient identifiées dans le cadre d'une mission d'assurance raisonnable, qui vise à émettre une opinion. Si nous avions effectué une mission d'assurance raisonnable, nous aurions pu identifier d'autres questions et d'éventuelles distorsions qui pourraient exister dans les informations incluses dans le rapport.

Les données non financières sont soumises à des limitations plus inhérentes que les données financières, étant donné la nature et la diversité des méthodes utilisées pour déterminer, calculer ou estimer ces données. Les interprétations qualitatives de l'importance, de la pertinence et de l'exactitude des données sont soumises à des hypothèses et des jugements individuels. En outre, nous n'avons effectué aucun travail sur les données rapportées pour les périodes antérieures, pour l'évaluation de l'adéquation de ses politiques, pratiques et performances en matière de durabilité, ni en ce qui concerne les projections futures.

Conclusion

Sur la base des procédures mises en œuvre, telles que décrites dans le présent rapport, nous n'avons pas eu connaissance d'éléments nous amenant à penser que les informations incluses dans le Rapport annuel et de développement durable Assaí 2021 n'ont pas été compilées, à tous égards importants, conformément à la méthodologie du groupe Casino et aux registres et fichiers qui ont été utilisés pour le préparer.

São Paulo, 01 avril, 2022

KPMG Assessores Ltda.

CRC 2SP-034262/F

Rapport original en portugais signé par
Sebastian Yoshizato Soares
Accountant CRC 1SP257710/O-4



INDICATEURS MODÈLE SASB

SUJET	CODE	INDICATEUR	UNITÉ DE MESURE	RESPOSTAS		
				2019	2020	2021
Gestion d'énergie dans le détail et distribution	CG-MR-130a.1	Énergie totale consommée	Gigajoules (GJ)	1.592.760	2.035.744	2.118.448
		PorcPourcentage de l'énergie conventionnelle consommée	Pourcentage (%)	69%	48%	9%
		Pourcentage d'énergie renouvelable	Pourcentage (%)	9%	37%	83%
Sécurité des données	CG-MR-230a.1	Description de l'approche pour identifier les risques de sécurité des données	n/a	-	-	Page 42
		Nombre de violations des données	Nombre	0	0	0
		Pourcentage de violations données d'identification personnelle (PII)	Pourcentage (%)	0	0	0
Pratiques de gestion de l'effectif	CG-MR-310a.2	Nombre de clients affectés	Nombre	0	0	0
		Taux de roulement volontaire de l'effectif des magasins	Taux (%)	12,8%	12,3%	15,9%
		Taux de roulement involontaire de l'effectif des magasins	Taux (%)	12,2%	11,7%	8,3%
Diversité et inclusion	CG-MR-310a.3	Montant total des pertes monétaires résultant de procédures judiciaires liées aux violations des droits du travail	Valeur monétaire	-	Formulaire de référence: section 4.6. ensemble des procédures judiciaires, administratives ou d'arbitrage répétitives ou rattachées, non confidentielles et pertinentes	Formulaire de référence 2021 (mise à jour en cours)
		Pourcentage de genre et groupe racial/ethnique représentation pour: gestion et autres collaborateurs	Pourcentage (%)	Pág.121	Page 121	Page 121
Approvisionnement de produits, marketing et emballages	CG-MR-410a.3	Discussion de stratégies associées à la réduction de l'impact environnemental découlant de l'usage d'emballages	n/a	-	-	En 2021, nous avons entamé le diagnostic de l'impact environnemental des emballages de nos marques propres après la consommation pour obtenir des données et développer des stratégies pour rendre ces produits de plus en plus efficaces. L'objectif à moyen terme est d'assurer que 100% des emballages des marques propres soient recyclables, compostables ou réutilisables. Nous mesurons le volume d'emballages créé en fonction des composantes (ex: bouteille, bouchon et étiquette), de la performance sur la chaîne de recyclage (coopératives, recycleurs, industrie de l'emballage) et de la prise en compte des règlements importants. Nous constatons le pourcentage des produits à haute, moyenne ou basse performance par rapport à la chaîne de recyclage après-consommation et identifions les opportunités de substitution des composantes par des matières à plus grande recyclabilité, d'optimisation de la matière-première, de réduction de l'emploi de plastique et de l'augmentation de matières hautement biodégradables. Nous vérifions également la possibilité d'adopter de nouveaux modèles d'affaires, dont le vrac
Indicateur d'activités*	CG-MR-000.A	Número de locais de varejo	Nombre	133	153	175
		Número de centros de distribuição	Nombre	7	7	8
	CG-MR-000.B	Área total de espaço de varejo	Mètres carrés	546.658	643.234	759.920
		Área total de de centros de distribuição	Mètres carrés	150.229	150.229	157.339

***NOTE:**
Les indicateurs de la section CG-MR-00 sont représentés selon la méthodologie propre au Groupe Casino. Ils prennent en compte les unités propres (détenues et sous contrôle opérationnel) ayant exercé une activité quelconque entre le 01/oct d'une année et le 30/sept de l'année suivante (par exemple, la période entre le 01/10/20 et le 30/09/2021). Les établissements acquis, ouverts ou fermés durant la période sont exclus.



STRUCTURE TCFD

RECOMMANDATIONS TCFD	RÉPONSE	RÉFÉRENCE CDP
GOUVERNANCE		
Diffuser la gouvernance de l'entreprise sur les risques et opportunités en lien avec les changements climatiques		
<p>a) Décrire comment le Conseil supervise les risques et les opportunités liés aux changements climatiques</p>	<p>Notre stratégie de durabilité comprend des enjeux prioritaires pour la planification et le développement stratégique de l'entreprise. Ces enjeux sont évalués et priorisés avec les parties prenantes lors de la révision de la matérialité (réalisée à la fin 2020) et de l'analyse de risques annuelle. La vérification de la matérialité s'est appuyée sur des entretiens qualitatifs et des enquêtes quantitatives avec la participation de plus de 4 mille parties prenantes. Pour chaque thématique matérielle une stratégie d'action et des engagements publics à court et moyen termes ont été établis puis validés par le Comité de gouvernance corporative et durabilité.</p> <p>De plus, à travers les six axes d'action connectés au CSR Program, programme de responsabilité sociale corporative du Groupe Casino (contrôleur d'Assaí) qu'évalue, suit et propose des directives pour l'atténuation des risques socio-environnementaux, nous orientons et renforçons la création de valeur positive pour nos parties prenantes. Les risques, les responsables et les plans d'action évalués au CSR Program sont présentés auprès du Comité de gouvernance et durabilité et du Comité d'audit et approuvés par le Conseil d'administration, une fois par an.</p> <p>Le contrôle de la stratégie de durabilité est assuré par le Comité de gouvernance corporative et durabilité par rapport aux thèmes ESG. Ce Comité est responsable de guider et assurer l'adoption des meilleures pratiques de durabilité par Assaí, en faisant la promotion de discussions sur les enjeux socio-environnementaux, engagements, politiques et initiatives de développement durable auprès des cadres exécutifs et du Conseil d'administration, le suivi des principaux indicateurs ESG (y compris la réduction des émissions de GES), et l'évaluation et contrôle des risques, politiques, pratiques et résultats des enjeux critiques à haut impact.</p> <p>La lutte contre les changements climatiques est l'un des axes prioritaires chez Assaí. Il est une thématique essentielle pour la construction de la stratégie de l'entreprise et du Comité de gouvernance corporative et durabilité. Grâce au calendrier de réunions trimestrielles, le Comité de gouvernance corporative et durabilité interroge, incite, recommande et guide les stratégies, les positions et engagements à long, moyen et court termes. Également, il encourage l'évolution des pratiques et processus adoptés par l'entreprise de manière à réduire les émissions de GES et guide le positionnement institutionnel face aux changements climatiques. Une fois la stratégie approuvée, le Comité a pour responsabilité de surveiller la progression des impacts à travers des cibles et engagements assumés.</p>	<p>CDP C1.1b, C1.2, C1.2a</p>
<p>b) Décrire le rôle du Conseil dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités liés aux changements climatiques</p>	<p>Une cible de réduction de GES de 38% d'ici 2030 a été établie en 2020 en prenant en compte les émissions de portée 1 et 2 (dont une réduction de 30% d'ici 2025, par rapport à 2015). À compter de 2021, cette cible (dotée d'objectifs annuels) est devenue l'un des indicateurs composant la rémunération variable des postes éligibles.</p> <p>Avec les comités d'audit et de risques, le Comité de gouvernance corporative et durabilité discute des impacts des risques climatiques et socio-environnementaux sur la stratégie de l'entreprise. Ils assurent un rôle d'évaluation, suivi et sensibilisation auprès du Conseil d'administration.</p>	
STRATÉGIE		
Diffuser les impacts réels et potentiels des risques et opportunités liés aux changements climatiques sur les affaires, la stratégie et la planification financière de l'organisation, lorsque ces données sont pertinentes.		
<p>a) Décrire les risques et opportunités liés aux changements climatiques identifiés par l'organisation à court, moyen et long terme.</p>	<p>Le processus d'identification de risques et opportunités suit les protocoles et méthodologies établis par le Groupe casino, dont les pratiques sont adoptées en conformité aux normes internationales et comprennent l'amélioration constante des mécanismes de contrôle interne et des actions de prévention et atténuation des impacts.</p> <p>Assaí intègre les risques et opportunités socio-environnementaux dans le processus de planification stratégique et financière de l'entreprise. Les risques et opportunités identifiés appuient la révision de la Politique socio-environnementale de l'entreprise en 2020, ainsi que la définition des objectifs et engagements. L'identification permet la définition d'actions pour la réduction du risque et d'indicateurs de performance. Ces actions sont appuyées par le Comité de durabilité et gouvernance et le Comité d'audit et sont rapportées au Conseil d'administration.</p> <p>L'horizon de temps dans le commerce au détail et le commerce de gros sont très courts. Même le long terme est plus court que dans d'autres filières. L'horizon de court terme adopté par l'entreprise est de jusqu'à 1 (un) an, tandis que l'horizon de moyen terme varie entre 1 (un) et 2 (deux) ans et l'horizon de long terme varie entre 2 (deux) et 10 (dix) ans. Les prochaines pages présentent des exemples de risques et opportunités, ainsi que les mesures adoptées pour atténuer ces risques et explorer les opportunités.</p>	<p>CDP C2.1a, C2.3, C2.3a, C2.4, C.2.4a</p>



RECOMMANDATIONS TCFD

RÉPONSE

RÉFÉRENCE CDP

b) Décrire les impacts des risques et opportunités liés aux changements climatiques sur les affaires, la stratégie et la planification financière de l'organisation

Risque de transition

Cadre réglementaire

L'élimination progressive prévue par le Programme brésilien d'élimination des HCFC représente un risque pour l'entreprise. Le Programme prévoit l'élimination de consommation de ces gaz d'ici 2040. L'adéquation des systèmes de réfrigération et substitution des gaz affectera directement nos opérations compte tenu des coûts élevés impliqués, de l'efficacité de ces gaz comparés aux gaz plus durables et de la grande utilisation de ces fluides aux réfrigérateurs et équipements de climatisation de nos magasins. Dans le cadre du management du risque, nous contrôlons les processus d'entretien préventive et périodique, suivons la consommation des gaz réfrigérants dans les fuites et menons des études de viabilité pour la réduction et/ou la substitution des fluides, de manière à réduire les émissions de GES. Même si la discussion d'une taxe ou d'un impôt sur les émissions de carbone n'est qu'au stade initial, l'idée d'un cadre réglementaire émerge tranquillement. C'est pourquoi Assaí surveille l'enjeu afin de comprendre le contexte politique émergeant.

Risque physique

Sécheresse et stress hydrique

Ces dernières années, nous observons au Brésil une augmentation de l'intensité et de la fréquence des sécheresses et du stress hydrique. Plusieurs études ont déjà noté les liens entre ces événements et l'augmentation de la température provoquée par l'action humaine. Le risque de stress hydrique peut augmenter les coûts de l'énergie au Brésil. Depuis 20 ans, une augmentation de près de 50% de plus que l'inflation a engendré un impact significatif sur nos opérations, puisque nous dépendons de cette ressource pour fonctionner. Assaí a institué, avec GPA, l'ISD (Indice de durabilité et diversité), composé de trois indicateurs et objectifs, dont la réduction de la consommation d'énergie, qui impactent la rémunération variable des employés éligibles - des coordinateurs jusqu'à la haute direction. L'indicateur d'énergie a eu cours jusqu'à la fin 2020, il a été ensuite remplacé par l'indicateur lié à la réduction absolue du carbone (portées 1 + 2, année de base 2015). Une stratégie environnementale et financière de migration de l'achat d'énergie vers les sources propres du Marché libre de l'énergie, qui offre la possibilité d'acquiescer l'énergie subventionnée. De plus, ces événements ont un potentiel d'impact sur l'offre de certains produits, spécialement ceux d'origine agricole, fortement impactés par la sécheresse. En 2022, l'entreprise menera une étude dans le but d'évaluer l'impact de ce risque et proposer des actions d'atténuation et d'adaptation.

CDP C1.1b, C1.2, C1.2a

c) Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation considérant différents scénarios de changements climatiques, y compris un scénario de 2° C ou moins.

Inundações

L'augmentation de la température associée à l'action humaine a engendré une plus grande fréquence de tempêtes. Le volume important d'eau dans une courte période fait les villes souffrir des inondations. Celles-ci peuvent impacter les processus logistiques, essentiellement desservis par voie routière, des produits vendus chez Assaí. Le non-écoulement des produits impacte directement les ventes aux consommateurs. En 2022, l'entreprise menera une étude de risque climatique qui comptera sur une analyse des impacts issus des inondations, du stress hydrique afin de proposer des actions d'atténuation et d'adaptation.

Opportunité

Sources d'énergie

L'utilisation des toitures des magasins pour l'installation de panneaux solaires représente une opportunité pour l'entreprise. Auparavant inutilisées, ces surfaces augmentent l'indépendance de la compagnie dans l'achat de l'énergie électrique et aide à atténuer les risques engendrés par le stress hydrique. L'entreprise a déjà amorcé l'installation de panneaux solaire dans six unités, où des centrales solaires sont en fonctionnement. Le magasin Ayrton Senna, à Rio de Janeiro, est la plus grande centrale usine solaire de l'entreprise. Elle compte sur plus de 3 mille panneaux photovoltaïques installés sur la toiture du magasin sur une surface de 6 mille m². Entre janvier et décembre 2021, les usines ont produit plus de 4,2 mille MWh. Il est possible ainsi non seulement de réduire les coûts d'achat de l'électricité mais aussi d'éviter d'émettre des gaz à effet de serre à portée 2.

CDP C3.2, C3.2a

GESTION DU RISQUE

Diffuser comment l'organisation identifie, mesure et gère les risques liés aux changements climatiques

a) Décrire les processus utilisés par l'organisation pour identifier et évaluer les risques liés aux changements climatiques

Les directives et la structure du management du risque chez Assaí suivent les pratiques et normes internationales avec une action intégrée comprenant tous les processus afin d'assurer la continuité des activités, la création de valeur pour toute la chaîne et le rayonnement de la culture de gestion des risques auprès des collaborateurs. Dans le cadre du processus d'identification des risques et expositions pouvant compromettre la stratégie de l'entreprise, des entretiens annuels sont menés auprès de tous les cadres. Nous considérons qu'un risque représente un impact stratégique ou financier substantiel sur nos affaires s'il impacte une unité d'affaires de manière globale (si une partie importante des opérations a été affectée par le risque) ou si une partie significative des recettes a été perdue à cause de ce risque.

a) Décrire les processus utilisés par l'organisation pour identifier et évaluer les risques liés aux changements climatiques

Afin de définir un impact substantiel, nous utilisons le baromètre qui reporte les impacts financiers sur 3 échelles:

- 1) Faible: peut compromettre jusqu'à 0,5% des revenus bruts;
- 2) Moyenne: peut compromettre entre 0,5% et 1% des revenus bruts;
- 3) Haute: compromettre plus de 1% des revenus bruts.

Cette évaluation est conduite annuellement. Elle est présentée devant le Comité des risques et le Comité de gouvernance corporative et durabilité. Elle est par la suite approuvée auprès du Conseil d'administration. La matrice est composée de risques de haute, moyenne et faible criticité. Dix risques de haute criticité composent la matrice Casino Risk Solution (CRS). Nous assurons le suivi des risques hauts et moyens pour chaque enseigne du Groupe, définis avec le concours des cadres, sur la base des données Top 10 Main Risks, qui doivent être surveillés par les C-Levels ainsi que les personnes relevant directement d'eux, le Comité d'audit et le Conseil d'administration.

CDP C2.1, C2.1a, C2.1b, C2.2



RECOMMANDATIONS TCFD	RÉPONSE	RÉFÉRENCE CDP
Gestion du risque		
Diffuser comment l'organisation identifie, évalue et gère les risques liés aux changements climatiques		
b) Décrire les processus utilisés par l'organisation pour la gestion des risques liés aux changements climatiques	En plus du processus de gestion des risques opérationnels, qui fait partie du processus d'amélioration continue adopté par Assaí, nous avons incorporé, en 2018, une matrice spécifique de risque pour les enjeux socio-environnementaux, composée de cinq thèmes principaux directement liés à notre matérialité. Pour chacun des risques, nous identifions les principaux aspects associés, définissons une stratégie d'atténuation et désignons un cadre qui en assure la responsabilité.	CDP C2.1, C2.1a, C2.1b, C2.2
c) Décrire comment les processus utilisés par l'organisation pour l'identification, l'évaluation et la gestion des risques liés aux changements climatiques s'inscrivent dans la gestion générale du risque dans l'organisation	Nous menons également un large processus d'identification et priorisation des catégories de produits vendus dans nos magasins qui se rattachent aux chaînes de production identifiées afin d'établir un plan d'action à moyen terme dans le but d'assurer une approche proactive. Nous travaillons à partir de 3 risques prioritaires de l'entreprise: les conditions de travail, la lutte contre la déforestation, et la biodiversité. Ce processus a permis d'identifier 28 chaînes de production sur la base des quatre risques prioritaires définis en 2017. L'analyse et la priorisation considèrent des aspects dont la représentativité sur les résultats, l'existence et l'importance des marques exclusives sur chaque groupe et le pourcentage de matière-première présent sur le produit final. Cette étude permet de diriger des actions et directives en réalisant des diagnostics sur la situation de chacune des chaînes, travaillant avec les équipes internes et les fournisseurs pour la sensibilisation et la construction d'une action plus responsable, et assurant que les produits vendus dans nos magasins soient produits de manière respectueuse de l'environnement et des droits humains.	CDP C2.1, C2.1a, C2.1b, C2.2
INDICATEURS ET CIBLES		
Diffuser les indicateurs et cibles utilisés pour évaluer et gérer les risques et les opportunités liés aux changements climatiques, lorsque ces données sont pertinentes		
a) Communiquer les indicateurs utilisés par l'organisation pour évaluer les risques et opportunités liés aux changements climatiques en fonction de sa stratégie et son processus de management du risque	En 2012, avec GPA, Assaí a établi son registre de gaz à effet de serre en suivant la méthodologie GHG Protocol. Le registre est audité par des commissaires indépendants appartenant à une société attestée par Inmetro. Ceci octroie le label Selo Ouro du Registre public d'émissions du Programme brésilien GHG Protocol à l'entreprise. EN 2021, les émissions de l'entreprise ont totalisé 88.972 tCO ₂ e de portée 1, 68.148 tCO ₂ e de portée 2 et 62.867 tCO ₂ e de portée 3. L'avancement de la performance des engagements en objectifs de l'entreprise est rapporté périodiquement par notre Rapport annuel de durabilité. Em 2021, as emissões da empresa totalizaram 88.972 tCO ₂ e no escopo 1, 68.148 tCO ₂ e no escopo 2 e 62.867 tCO ₂ e no escopo 3. O progresso do desempenho de compromissos e metas assumidos pela companhia é reportado periodicamente em nosso Relatório Anual de Sustentabilidade.	CDP C4.2, C4.2a, C4.2b
b) Communiquer les émissions de gaz à effet de serre de portée 1, portée 2 et, le cas échéant, portée 3 et les risques rattachés	Assaí a renforcé son engagement à la lutte contre les changements climatiques en annonçant la cible de réduction de 38% des émissions absolues des portées 1 et 2 d'ici 2030 (dont 30% d'ici 2025), comparativement aux émissions totales de 2015. On estime que le nombre de magasins sera trois fois plus grand en 2025 qu'en 2015. La cible impacte la rémunération variable des cadres moyens et hauts, dont le PDG et les directeurs, ainsi que les consultants, coordonnateurs, et gérants et directeurs des magasins, centrales de distribution et du siège.	CDP C6.1, C6.3, C6.5
c) Décrire les indicateurs utilisés par l'organisation pour gérer les risques et opportunités liés aux changements climatiques et la performance par rapport aux cibles	Pour ce faire, en plus d'améliorer les techniques de gaz réfrigérants mises en œuvre, des initiatives ont été prévues pour atteindre la cible de changements climatiques, dont la transition de 100% du bassin des magasins de 2020 - 184 unités - vers le marché libre de l'énergie d'ici décembre 2021, l'investissement sur une matrice 100% renouvelable à faible impact, issue des sources éolienne, solaire, de biomasse et de petites usines hydroélectriques. En ce qui concerne la réduction d'émissions liées aux gaz réfrigérants (portée 1), nous avons mené un diagnostic profond de l'utilisation des fluides dans nos opérations, en prenant en compte le cadre réglementaire et les projections d'expansion de nouveaux magasins, afin de faire des recommandations stratégiques et établir un plan de transition technologique à présenter et à faire approuver par le Comité de gouvernance corporative et durable, qui relève du Conseil d'administration. La mise en œuvre du plan est déjà en cours. En 2022, dans le but de rejoindre l'initiative Science Based Targets (SBTi), nous prévoyons d'élargir la couverture de la portée 3 avec le soutien de consultants indépendants afin de démarrer la cartographie et le rapport des émissions découlant de la vente de nos produits.	CDP C4.1, C4.1a, C4.1b, C4.2, C4.2a, C4.2b

***NOTE:**

Les données des émissions de l'année 2020 ont été remaniées depuis la publication du dernier rapport annuel en fonction des ajustements demandés par des commissaires indépendants. Les données des émissions de l'année 2021 pourraient être soumises à des changements après la conclusion du processus de vérification indépendante.



Crédits

Coordination du projet ASSAÍ

Direction de gence du personnel et durabilité
Direction des relations avec les investisseurs
Presse et communication

Conseil, Gestion de projet, Contenu et Rédaction

Global Conteúdo Estratégico

Projet graphique et mise en page

Fábio Francisco

Photographie

Acervo Assaí
Filipe Fotos

Pour les doutes, commentaires et suggestions sur le Rapport annuel de durabilité Assaí 2021, écrivez-nous sur: ri.assai@assai.com.br

assai.com.br

ri.assai.com.br

Service à la clientèle:

Téléphone: 0800 777 3377

Courriel: ouvidoria@assai.com.br

Presse:

Courriel: imprensa@assai.com.br

Espace du client

Téléphone: 0800 773 2322 (téléphone et WhatsApp) assai.com.br/espaco-do-cliente

