

# Jupiler 0,0%: optimale bierervaring zonder alcohol

## AB InBev zet Global Smart Drinking Goals kracht bij door 0,0% versie van populairste Belgisch pilsmerk

Niets is moeilijker dan een goede pils brouwen. Daar zijn menig bierkenners het over eens. Een pils brouwen met een optimale smaakbeleving maar zonder alcohol is dan ook iets waar veel kennis en innovatie voor nodig is. Alcohol zorgt immers voor smaak en body in bier. Met een nieuw recept, een uniek brouwproces en een degelijke marketingondersteuning wil AB InBev een vernieuwing hoger schakelen in het aanbieden van laag- en niet-alcoholhoudende bieren aan haar consumenten.

### Uniek brouwproces

Jupiler 0,0% is een alcoholvrij pilsbier gemaakt met dezelfde ingrediënten die de gekende Jupiler haar geliefde smaak bezorgt. Voor de ontwikkeling van het bier is heel wat kennis en innovatie nodig. *“Indien we de consument een optimale smaakbeleving willen bezorgen moeten we een uniek brouwproces doorlopen waarbij smaak en body behouden blijft, ook nadat de alcohol uit het bier verwijderd wordt”,* zegt Tom Dumortier, brouwmeester bij AB InBev. *“Bij tot op heden gekende NA bieren is dat niet het geval. De huidige NA bieren worden vergist tot een alcoholniveau van 0,5% bekomen wordt waarna het proces wordt afgebroken. Je mist dan uiteraard al het goede van de fermentatie en lagering. Een andere techniek is om de alcohol na fermentatie te verwijderen uit het bier, maar dan verlies je het typische bierkarakter. Met Jupiler 0,0% zijn we erin geslaagd om dankzij het unieke brouwproces het beste uit de twee bovenstaande methodes te combineren. Zo verkrijgen we een 0,0% bier, waarbij de smaak en het karakter van het bier veel beter behouden blijft dan bij de eerdere NA varianten”.*

### Optimale smaakbeleving

De tijden zijn veranderd. Waar NA bier altijd een beetje stiefmoederlijk behandeld werd, is het nu meer en meer een volwaardige optie geworden voor mensen die wel een bierervaring willen maar niet noodzakelijk de alcohol. *“We zijn met z'n allen bewuster geworden over ons alcoholgebruik en zoeken actief naar alternatieven die laag- of niet-alcoholhoudend zijn”,* zegt Arnaud Hanset, Marketing Directeur bij AB InBev. *“Met Jupiler Blue hebben we al een goed product met een alcoholpercentage van 3,3% maar dezelfde smaakbeleving meegeven een alcoholvrije Jupiler was toch een grote uitdaging. Onze proeffesten geven ons alvast vertrouwen dat we met Jupiler 0,0% een nieuwe stap kunnen zetten in het aanbieden van een alcoholvrije pils met karakter en een echte biersmaak. We hebben dan ook besloten dat we de Jupiler NA niet meer zullen aanbieden vermits we dankzij Jupiler 0,0% beschikken over een bier waar de smaakbeleving beter is dan het huidige NA aanbod binnen het Jupiler gamma”.*

### Smart Drinking

Het is de globale strategie van AB InBev om tegen 2025 één vijfde van het wereldwijde volume in laag- en niet-alcoholhoudende bieren te realiseren, als onderdeel van de brouwer' Global Smart Drinking Goals. *“Het is onze ambitie in België om op onze belangrijkste merken een laag- en niet-alcoholhoudende variant aan onze klanten aan te bieden”,* zegt Jean-Jacques Velkeniers, Business Unit President Europe West bij AB InBev. *“Het zorgt ervoor dat mensen in de toekomst meer keuzemogelijkheden zullen hebben binnen de biercategorie dan vandaag. Wij zijn er immers van*

*overtuigd dat er voor alles een gepast moment is en door bieren aan te bieden voor verschillende belevenissen zijn we ervan overtuigd dat we de mensen én een fijne tijd kunnen bezorgen én dat ze dit op een verantwoorde manier kunnen doen. Het is alvast hoopvol te merken dat vooral jong volwasseneren meer open staan voor de laag- en non-alcoholhoudende bieren. Als leider in onze sector zien we het dan ook als onze morele rol om een voortrekkersrol te spelen om deze bieren groot te maken in België”.*

### Marketingcampagne van start

De Jupiler 0,0% marketingcampagne begint met een stunt in het Koning Boudewijnstadion tijdens de match van de Rode Duivels tegen Estland op 13 november. De supporters van de Rode Duivels krijgen de primeur om te proeven van het nieuwe alcoholvrije bier. Vanaf januari zet Jupiler verder in op de smaakbeleving door meer dan 1 000 000 samples aan te bieden aan de consumenten.

Jupiler 0,0% is vanaf begin december beschikbaar in de winkel en in de horeca. Het bier is in de retail verkrijgbaar in glazen flesjes van 25cl aangeboden per 24 in een unieke 0,0% bak of per pack van 6. Er zijn eveneens 33cl blikken te verkrijgen.

---

### Over InBev België

De oorsprong van onze activiteiten gaat terug tot 1366 naar de brouwerij Den Hoorn, gevestigd in Leuven. In 1987 ontstaat de brouwersgroep Interbrew uit de fusie van twee grote Belgische brouwerijen, Artois (Leuven) en Piedboeuf (Luik, Jupille). Interbrew lag aan de basis van InBev, dat in 2004 ontstond uit de combinatie van Interbrew met het Braziliaanse AmBev. In 2008 combineerde InBev met Anheuser-Busch tot Anheuser-Busch InBev, 's werelds leidinggevende brouwer. Sinds eind 2016 is AB InBev de eerste wereldwijde brouwer dankzij de combinatie met SABMiller. Ons bedrijf staat voor een lange geschiedenis waarin vakmanschap, kwaliteit, innovatie en service naar consumenten en partners altijd centraal hebben gestaan. Het is onze gezamenlijke droom om Mensen Samen te brengen voor een betere wereld. In eigen land is InBev Belgium marktleider. De voornaamste merken zijn: Stella Artois®, Jupiler®, Leffe®, Hoegaarden®, Cubanisto® en Belle-Vue®. InBev Belgium streeft er ook naar om de Belgische biermarkt als geheel een nieuwe dynamiek te bezorgen door een evenwichtige aanpak waarin traditie en innovatie op basis van consumentenvoorkeuren elkaar aanvullen, en waarbij vakmanschap en kwaliteit steeds de rode draad vormen. Recente succesvolle innovaties omvatten Leffe Royale® (2015) met drie verschillende hopvariëteiten waaronder Whitbread Golding uit Poperinge, Hoegaarden Radler 0.0%® Lemon & Lime, Agrum en Green Tea (2016), Jupiler Blue® Lemon & Lime (2016), en Jupiler 0,0% (2016). Voor meer informatie kan u terecht op [www.ab-inbev.be](http://www.ab-inbev.be)

---

### Over Jupiler

Jupiler zag het levenslicht in 1966 en is ondertussen uitgegroeid tot het favoriete biermerk van de Belgen: maar liefst 1 op 3 verkiest Jupiler, geen enkel ander merk doet beter. Ook online is Jupiler het favoriete biermerk van de Belgen: met meer dan 330 000 fans heeft het merk de allergrootste Facebook fansite onder de Belgische bieren. Naast de bekende rode Jupiler (5,2%), omvat het Jupiler-gamma nog andere Jupiler-producten: Jupiler Blue® (3,3%), en de twee nieuwkomers Jupiler Blue® Lemon & Lime (2016) en Jupiler(0,0%). Het merk Jupiler, met de alombekende slogan "Mannen weten waarom", staat synoniem voor mannelijkheid en plezier. Waarden die ook terug te vinden zijn in de belangrijkste communicatieplatforms van het merk: voetbal en muziek. Zo is Jupiler al meer dan 20 jaar lang partner van het Belgische voetbal, onder meer als sponsor van de Rode Duivels en de Jupiler Pro League. Daarnaast is Jupiler ook prominent aanwezig op de Belgische muziekscène, onder andere via de muziekfestivals. Raadpleeg ook onze website: [www.jupiler.be](http://www.jupiler.be)

---

### Contacts

Korneel Warlop

Woordvoerder

0475 92 22 40 – [media.relations@ab-inbev.com](mailto:media.relations@ab-inbev.com)

---