

"Tegen 2025 willen we een vijfde van ons biervolume alcoholvrij of alcoholarm maken"

AB InBev

Als leider in de bierwereld investeert AB InBev al meer dan 30 jaar in initiatieven die het verantwoord nuttigen van bier promoten. Met de lancering van een nieuwe set Global Smart Drinking Goals versterkt AB InBev haar inspanningen om gedragsverandering bij de consumenten te bewerkstelligen.

Daarvoor lanceerde de brouwer met de Global Smart Drinking Goals vier ambitieuze doelstellingen:

1-MEERJARIGE PROEFPROJECTEN

10%

Het schadelijk alcoholgebruik verminderen met ten minste 10% in zes steden tegen 2020.

De best practices wereldwijd implementeren tegen einde 2025.

2-SOCIALE NORMEN



\$1B

Sociale normen en individueel gedrag beïnvloeden om het schadelijk alcoholgebruik te verminderen, door minstens 1 miljard USD te investeren over onze markten heen in toegeweide sociale marketing campagnes en gerelateerde programma's tegen eind 2025.

3-PRODUCTPORTFOLIO



Ervoor zorgen dat minstens 20% van AB InBev's wereldwijde biervolume bestaat uit Niet-of Laag-Alcoholische bierproducten.

4-GELETTERDHEID ROND ALCOHOL EN GEZONDHEID



Een informatielabel op al onze bierproducten plaatsen in al onze markten tegen eind 2020.

De geletterdheid rond alcohol en gezondheid doen stijgen tegen eind 2025.



Philippe Vandeuren - Legal & Corporate Affairs Director bij AB InBev

Gedragsverandering

In 6 steden onderzoekt AB InBev specifieke uitdagingen op het vlak van alcoholconsumptie. In Europa werd gekozen om het project in Leuven, de bakermat van de brouwer, uit te rollen. 'We gaan hier logischerwijs werken rond de grote studentenpopulatie, en tegelijk focussen op het terugdringen van het schadelijk alcoholgebruik bij andere doelgroepen', legt Vandeuren, Legal and Corporate Affairs Director bij AB InBev, uit. 'We vermoeden dat de stad een aantal problemen heeft, zoals binge drinking (in korte tijd veel te veel drinken, red.), alcoholgebruik op jonge leeftijd en rijden onder invloed.'

Met een grondige studie dit najaar wil AB InBev eerst en vooral de problemen en bijhorende oorzaken goed in kaart brengen. Dat moet leiden tot concrete oplossingen.

'We denken na over hoe we in samenwerking met onze partners - de stad Leuven, de KU Leuven en het UZ Leuven - gedragsverandering bij de verschillende doelgroepen kunnen realiseren. De rol van onze partners hierin is cruciaal, want zij hebben de expertise op het terrein.' De relevante bevindingen van de zes proefprojectsteden zullen ook buiten hun eigen grenzen resoneren. Het toont aan dat België binnen AB InBev nog steeds een cruciale rol speelt.

Hearts and minds

Omgekeerd brengt AB InBev ook beste praktijken van elders in de wereld naar België. Het innovatieve brouwproces voor de nieuwe Jupiler 0,0, die sinds begin december in de winkel ligt, werd ontwikkeld in het wereldwijde innovatiecentrum in Leuven en al met succes toegepast in Brazilië, Canada en Mexico.

'In deze landen is het segment van alcoholvrije en alcoholarme bieren populair geworden mede door deze smaakinnovatie. Ook hier willen we de hearts and minds overtuigen door het realiseren van een alcoholvrije variant van het meest populaire pilsmerk in België. We gebruiken onze sterkste troef voor deze ambitieuze doelstelling. Met de eindejaarsfeesten in aantocht willen we de consumenten meer alcoholvrije opties bieden voor een bewuster 2017', besluit Vandeuren.



Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand.