

## Belgische Marktconsumptie en bevolkingstrends<sup>1</sup>

Trends	2000	2005	2012
Per Capita Consumptie	98,4 liter	90,7 liter	77,1 liter
Bevolking	10,2 miljoen	10,5 miljoen	11,1 miljoen

## InBev Belgium: enkele feiten<sup>2</sup>

Hoofdkantoor:	Brouwerijplein 1, 3000 Leuven, België
Website:	<a href="http://www.ab-inbev.be">www.ab-inbev.be</a>
Volume van producten (in 2012):	5,1 miljoen hectoliter
Marktpositie:	#1
Marktaandeel:	56,3%
Aantal brouwerijen:	4 (Leuven, Jupille, Hoegaarden, Sint-Pieters-Leeuw)
Aantal medewerkers:	Ruim 2 500
Management:	InBev Belgium maakt deel uit van AB InBev's Zone West-Europa, onder leiding van Zone President Jo Van Biesbroeck. Eric Lauwers is Business Unit President BeNeLux en Frankrijk.

## Merken<sup>2</sup>

Wereldwijde merken:	Stella Artois
Multilandenmerken:	Hoegaarden, Leffe
Lokale merken:	Jupiler, Belle-Vue, Piedboeuf
Recente merkinnovaties omvatten:	Leffe Royale; Jupiler Force <i>Blood Orange</i> , <i>Fresh Lime</i> en <i>Zesty Hop</i> ; Hoegaarden 0,0 en Hoegaarden Rosée 0,0

### **Export van Belgische merken**

Belgische bieren zijn beroemd over de hele wereld, met Stella Artois, een van AB InBev's drie wereldwijde merken, als nummer 1 Belgisch bier wereldwijd. Stella Artois wordt wereldwijd verdeeld in bijna 100 landen. Leffe, een van AB InBev's multilandenmerken, is vandaag beschikbaar in meer dan 80 landen wereldwijd. Hoegaarden, het unieke en authentieke Belgisch witbier dat voor het eerst werd gebrouwen in 1445, is eveneens een multilandenmerk dat in meer dan 70 landen wereldwijd wordt verkocht.

## InBev Belgium vandaag: een kort overzicht

Vandaag maakt InBev Belgium deel uit van het beursgenoteerde Anheuser-Busch InBev (Euronext: ABI) waarvan de wereldwijde hoofdzetel en het innovatiecentrum (GITeC) in Leuven zijn gehuisvest.

De strategie van InBev Belgium bestaat erin enerzijds zijn marktleiderspositie op de Belgische biermarkt te bestendigen en anderzijds de dalende biermarkt te dynamiseren. Dit wordt gerealiseerd door de consument op de eerste plaats te zetten, en interne groei en maximale efficiëntie na te streven. Dankzij onze Merken, onze Mensen en onze Middelen kunnen we het verschil maken:

<sup>1</sup> Bron: PlatoLogic

<sup>2</sup> Bron: Anheuser-Busch InBev 2012 gegevens



- **MIDDELEN:** continue investeringen in onze merken, mensen, vestigingen en distributiekkanalen, zowel in de retail als in de horeca
- **MERKEN:** onze merken en sterke innovaties beantwoorden aan de consumenten- en klantenverwachtingen
- **MENSEN:** de juiste mensen op de juiste plaats, training en ontwikkeling van mensen. Dagelijks zorgen zo'n 2 500 werknemers ervoor dat InBev Belgium efficiënt en competitief blijft. Dankzij hun motivatie en inzet is InBev Belgium met een marktaandeel van 56,3% marktleider in België.

## **InBev Belgium: een rijke geschiedenis en traditie**

De geschiedenis van InBev Belgium vindt zijn oorsprong in de middeleeuwen: in 1366 wordt in Leuven voor de eerste keer een registratie vermeld van brouwerij Den Hoorn. Deze brouwerij ligt aan de basis van de brouwerij Artois uit de achttiende eeuw en vervolgens Interbrew, dat in 1987 ontstaat uit een fusie tussen de twee grootste Belgische brouwerijen, Artois (Leuven) en Piedboeuf (Luik).

In de jaren die volgen, breidt Interbrew zijn activiteiten in het buitenland sterk uit, om in 2004 te combineren met het Braziliaanse Ambev. De naam wordt gewijzigd naar InBev. Sindsdien kende InBev zowel internationaal als op de thuismarkt een verdere groei dankzij een sterke merkenstrategie.

Eind 2008 rondt InBev de combinatie af met de Amerikaanse brouwer Anheuser-Busch en gaat het verder onder de vlag AB InBev. In 2013 rondt AB InBev de combinatie af met de Mexicaanse brouwersgroep Grupo Modelo. Vandaag is AB InBev geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten en benut het de collectieve sterkte van haar ca. 150 000 medewerkers, die in vestigingen in 24 landen tewerk gesteld worden, met meer dan 200 biermerken en 141 productiefaciliteiten wereldwijd.

De missie van het bedrijf is om duurzame relaties aan te gaan met zijn consumenten door hen merken en ervaringen te bieden die de mensen dichter bij elkaar brengen.

## **Het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld**

AB InBev heeft als droom het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te zijn. In alles wat we doen, erkennen we onze verantwoordelijkheid om de wereld waarin we actief zijn, te verbeteren. InBev Belgium deelt deze droom en engageert zich voor het bouwen aan een bedrijf voor de lange termijn, met een erfenis om trots op te zijn, zowel voor de mensen die voor ons werken en met ons werken, als voor de toekomstige generaties en het milieu waarin we leven, en voor de consument die hopelijk steeds verantwoord geniet van onze producten. Onze inspanningen voor een Betere Wereld situeren zich op drie niveaus: het promoten van verantwoorde alcoholconsumptie, het beschermen en vrijwaren van het milieu en het teruggeven aan de gemeenschappen waarin we leven en werken.