



Best Beer Company
in a Better World

AB INBEV VIERDE VANDAAG WERELDMILIEUDAG

2000 ton CO₂-uitstoot minder dankzij acties over heel West-Europa

Leuven – Vandaag vierde AB InBev de jaarlijkse ‘Wereldmilieudag’, een initiatief van de Verenigde Naties dat perfect aansluit bij het engagement van de brouwer voor het behoud en de bescherming van het milieu. AB InBev neemt voor de 4^{de} maal deel aan Wereldmilieudag als uiting van haar droom om het Beste Bierbedrijf te zijn in een Betere Wereld.

Ook de organisatie in België nam uitgebreid deel aan deze sensibiliseringsdag, met een reeks lokale initiatieven die dit jaar volledig in het teken stonden van CO₂-reductie dankzij een optimale bandendruk bij wagens en vrachtwagens en milieubewust rijgedrag. Gelet op de omvangrijke logistieke operaties van AB InBev in West-Europa, kunnen deze op het eerste zicht kleine acties toch helpen om tonnen CO₂-uitstoot te besparen en het brandstofgebruik gevoelig te verminderen.

Ideale bandenspanning en ecologische rijgedrag = zuiniger, veiliger én groener verkeer

“Doordat wij als brouwer afhankelijk zijn van natuurlijke grondstoffen is het milieu voor ons van essentieel belang” zegt Eric Lauwers, Business Unit President Benelux & Frankrijk bij AB InBev. “We hebben als groep ambitieuze doelstellingen geformuleerd om het waterverbruik te verminderen tot 3,5 hectoliter water per geproduceerde hectoliter bier tegen eind 2012. Rond die tijd willen we ook ons energieverbruik evenals de CO₂-uitstoot met 10% hebben gereduceerd.”

Met de hulp van alle medewerkers, werkt AB InBev werkt dag na dag aan het behalen van deze doelstellingen dankzij milieuvriendelijke technologische innovaties en procesverbeteringen.

Dit jaar lag de focus op het verminderen van de CO₂-uitstoot door een optimale bandendruk van het wagenpark en milieuvriendelijker rijden. Met dagelijks duizenden voertuigen op de baan, leveren al deze op het eerste zicht kleine maatregelen toch een aanzienlijke besparing op inzake CO₂-uitstoot en brandstofverbruik. In totaal leggen de voertuigen immers ongeveer 144 miljoen km af per jaar, of 144 keer naar de maan en terug.

Bebaaarde gezichten voor het milieu

Meer dan honderd mannelijke medewerkers in de brouwerijen van Leuven, Jupille, Hoegaarden en Belle-View, alsook in het hoofdkantoor in Leuven, lieten hun baard een week lang staan om zo op een ludieke en zeer zichtbare manier de aandacht te vestigen op het bewust gebruik van water. Op die manier werden er honderden liters water uitgespaard.

Tenslotte hebben AB InBev-medewerkers in West-Europa een steentje aan Wereldmilieudag kunnen bijdragen door vandaag niet met de auto, maar met de fiets of carpoolend naar het werk te komen, en spaarden met z'n allen zo'n 4000 km gereden kilometers met de wagen uit.

Nieuwe processen voor een beter milieu: samenwerking met Katoen Natie

Werken aan een beter milieu is een dagelijks aandachtspunt voor AB InBev, inclusief voor alle vestigingen in België. Zo werd er mid januari gestart met een exportmagazijn in de Antwerpse haven. In samenwerking met Katoen Natie kan er nu gezorgd worden dat de belangrijke transporten via container naar de Verenigde Staten en Canada rechtstreeks in de haven kunnen geladen worden, waardoor de opslagcapaciteit van de Leuvense brouwerij wordt geoptimaliseerd. Bovendien worden de producten op efficiëntere wijze naar de haven getransporteerd, wat opnieuw milieubesparingen inhoudt. Op jaarbasis vertaalt dit zich in een besparing van 740 000 kilometers baantransport, of een CO₂-reductie van 440 ton.

Tweede nieuwe flessenreiniger in Jupille

Nadat vorig jaar een eerste nieuwe flessenreiniger in gebruik werd genomen in onze brouwerij van Jupille, investeerde de brouwerij in een tweede nieuwe flessenreiniger die in april van dit jaar officieel in gebruik werd genomen. Ook deze nieuwe flessenreiniger, die 120 000 flesjes per uur en gelijktijdig meer dan 50 000 flesjes kan reinigen, levert betere prestaties en is daarbij vooral zuiniger op energie en water: er kan tot 30% energie en 50% water bespaard worden.

Dagelijks werken aan een beter milieu

"Het is essentieel dat onze medewerkers verstandig omgaan met onze schaarse grondstoffen en inspanningen leveren om het milieu te beschermen. Wereldmilieudag is een mooie opportuniteit om de inspanningen te belichten die we elke dag opnieuw leveren om onze ecologische voetafdruk te verkleinen. Ik ben er trots op dat onze milieuvriendelijke initiatieven steeds beter geïntegreerd worden in onze dagelijkse manier van werken. Ik heb vandaag veel toegewijde medewerkers gezien die zich engageren om onze ambitieuze milieudoelstellingen te realiseren" zegt Jo Van Biesbroeck, Zone President voor AB InBev in West-Europa.

Wereldmilieudag betekent ook de start van onze projectwedstrijd waarbij onze medewerkers voorstellen kunnen indienen om onze operaties duurzamer en innovatiever te maken maar ook educationele projecten op te starten of publiek-private partnerschappen aan te gaan. Er waren dit jaar 193 inzendingen voor de Business Unit Benlux en Frankrijk; 114 daarvan waren Belgische inzendingen. Uiteindelijk ging Ben Zeegers, een Nederlandse collega van de brouwerij van Dommelen, aan de haal met de eerste plaats. Er zal nu bekeken worden of zijn idee om water te besparen tijdens de zandfiltratie van het water verder kan ingevoerd worden als beste praktijk in de Belgische brouwerijen.

"We willen steeds verder gaan in onze acties om onze milieu-impact te verminderen en continu streven om het steeds beter te doen. Wereldmilieudag geeft een extra impuls aan onze ecologische inspanningen en onze inzet voor de lokale gemeenschappen waar we deel van uitmaken" zegt Carlos Brito, CEO van AB InBev. *"De verschillende activiteiten die we vandaag wereldwijd organiseren, benadrukken ons engagement om verstandig om te gaan met onze grondstoffen en aldus wereldwijd duurzame groei te blijven realiseren"*.

Over InBev Belgium

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. Ons bedrijf staat voor een lange geschiedenis waarin vakmanschap, kwaliteit, innovatie en service naar consumenten en partners altijd centraal hebben gestaan. InBev Belgium is vandaag marktleider in eigen land. De voornaamste Belgische merken zijn: Jupiler[®], Stella Artois[®], Hoegaarden[®], Leffe[®] 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 zijn Jupiler Blue[®] (2006), Leffe 9^o[®] (2006), Hoegaarden Rosée[®] (2007), Hoegaarden Citron[®] (2008), Jupiler Tauro[®] (2008), Leffe Ruby[®] (2009), Leffe Kerstbier[®] (2009), Jupiler Force[®] (2011), Leffe Lentebier[®] (2011), Hoegaarden 0,0[®] (2011), Hoegaarden Rosée 0,0[®] (2012), Jupiler Force Bood Orange[®] (2012) en de laatste nieuwe telg, Leffe Royale[®] (2012).

Over een Betere Wereld

AB InBev heeft de droom het Beste Bierbedrijf in een Betere Wereld te zijn. Onze inspanningen voor een Betere Wereld richten zich op drie pijlers: verantwoorde consumptie promoten; het milieu beschermen; en iets terug geven aan de gemeenschappen waar we wonen en werken. Overal ter wereld ontwikkelen en implementeren we in samenwerking met ouders, ambtenaren, maatschappelijke organisaties, kleinhandelaars enz. programma's en campagnes op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Gaande van het promoten van boodschappen die oproepen tot verantwoorde consumptie in enkele van de meest bekeken televisieprogramma's ter wereld, over het omzetten van kokosnootschillen in hernieuwbare energie om onze brouwerijen van brandstof te voorzien, tot vrijwilligerswerk in de gemeenschap, verbinden Anheuser-Busch InBev en haar werknemers zich ertoe om een verschil te maken. In dit kader streven we er voortdurend naar om onder meer onze natuurlijke grondstoffen zo efficiënt mogelijk te gebruiken en onze impact op het milieu aldus te beperken. Bier is tenslotte een product op basis van natuurlijke ingrediënten met water als cruciaal element. Een van onze wereldwijde milieudoelstellingen is dan ook om het waterverbruik per geproduceerde hectoliter tegen eind 2012 terug te brengen naar 3,5 hectoliter water. Dit vertegenwoordigt een besparing die volstaat om 25 000 olympische zwembaden met water te vullen.

Voor meer informatie

InBev Belgium:

Karen Couck – 016 27 53 43 of 0479 92 46 43 – karen.couck@ab-inbev.com

Natacha Schepkens – 016 27 53 43 of 0479 92 46 43 – natacha.schepkens@ab-inbev.com