



Best Beer Company
in a Better World



COMMUNIQUE DE PRESSE – le 5 juin 2013

AB InBev a célébré aujourd’hui la Journée Mondiale de l’Environnement :

Le CEO Carlos Brito inaugure en Belgique la première production de canettes d’eau potable d’urgence pour l’Europe de l’Ouest

AB InBev étend la portée de son engagement environnemental en y ajoutant 7 nouveaux objectifs mondiaux fixés pour 5 ans, après avoir atteint les premiers objectifs fixés pour 3 ans.

Leuven – AB InBev a célébré aujourd’hui pour la 5^{ème} année consécutive la Journée Mondiale de l’Environnement, une initiative annuelle des Nations Unies. A partir de son engagement d’être *la Meilleure Entreprise Mondiale dans un Monde Meilleur*, AB InBev a annoncé 7 nouveaux objectifs mondiaux qui sont axés sur les priorités environnementales de l’entreprise.

A partir de sa base à Leuven, AB InBev a lancé, sous la supervision de son CEO Carlos Brito, la production de canettes d’eau potable d’urgence, qui seront mises à disposition de personnes en détresse en cas de catastrophes en Europe de l’Ouest. Cet événement a eu lieu en compagnie du gouverneur du Brabant-Flamand, Lode De Witte, du député Luc Robijns, du bourgmestre de Leuven Tobback, de l’échevin Ridouani et du membre du parlement flamand Peter Van Rompuy.

En outre, la semaine passée, des centaines de collaborateurs masculins se sont laissé pousser la barbe dans le but d’économiser de l’eau. Enfin, les employés sont venus en masse travailler en vélo ou en covoiturage, au lieu de prendre la voiture, afin de contribuer à cette Journée Mondiale de l’Environnement.

La brasserie de Leuven produit des canettes d’eau potable d’urgence

En cette Journée Mondiale de l’Environnement la production des 100.000 premières canettes d’eau potable d’urgence est lancée dans la brasserie de Stella Artois à Leuven. AB InBev produit et stocke les canettes d’eau potable pour des personnes en détresse en cas de catastrophes, comme des inondations, des sécheresses extrêmes ou des vagues de chaleur dans toute l’Europe de l’Ouest.

« Cette initiative, à l’occasion de laquelle nous combinons notre attention pour la communauté et la préservation de l’environnement, est une première pour nous en Europe de l’Ouest » déclare Eric Lauwers, Président du Business Unit Benelux & France au sein d’AB InBev. « Pour AB InBev, une gestion consciente et efficace de l’eau est cruciale et grâce à ces canettes d’eau potable d’urgence nous pouvons contribuer aux communautés dans lesquelles il y a une nécessité d’eau potable d’urgence. »

Jusqu’ici, déjà 72 millions de canettes d’eau potable d’urgence ont permis de fournir un support important lors de désastres suite à des inondations et à des ouragans aux Etats-Unis. Aujourd’hui,

Carlos Brito, le CEO d'AB InBev a réceptionné les toutes premières canettes d'eau potable d'urgence de la brasserie à Leuven, en compagnie du gouverneur du Brabant-Flamand Lode De Witte, du député Luc Robijns, du bourgmestre de Leuven, Tobback, de l'échevin Ridouani et du membre du parlement flamand Peter Van Rompuy.

Nouveaux objectifs environnementaux mondiaux

En cette Journée Mondiale de l'Environnement, AB InBev s'est engagée à poursuivre 7 nouveaux objectifs mondiaux qui sont axés sur les priorités environnementales de l'entreprise.

AB InBev vise à atteindre les objectifs, partagés par 24 pays, d'ici fin 2017. Les nouveaux objectifs environnementaux mondiaux sont fixés par rapport au niveau de référence de 2012:

1. Réduire le risque lié à l'eau et améliorer la gestion de l'eau dans 100% de nos principales régions de culture d'orge en partenariat avec les parties prenantes locales
2. Prendre des mesures de protection des bassins versants dans 100% de nos implantations situées dans des régions clés en Argentine, en Bolivie, au Brésil, en Chine, au Mexique, au Pérou et aux États-Unis, en partenariat avec les parties prenantes locales
3. Réduire la consommation d'eau mondiale à un chiffre exceptionnel de 3,2 hectolitres d'eau par hectolitre produit, soit une économie d'eau correspondant à environ 5400 piscines olympiques¹
4. Réduire de 10% les émissions mondiales de gaz à effet de serre par hectolitre produit, avec une réduction de 15% par hectolitre en Chine
5. Réduire de 10% la consommation d'énergie mondiale par hectolitre produit, ce qui correspond à la quantité d'électricité nécessaire pour assurer l'éclairage d'environ 250.000 matches de football nocturnes²
6. Réduire la quantité d'emballages de 100.000 tonnes, ce qui correspond au poids d'environ 250 millions de canettes de bière pleines
7. Atteindre une moyenne mondiale de 70% d'achat de réfrigérateurs écologiques par an³

Les nouveaux engagements s'appuient sur le succès des objectifs environnementaux mondiaux fixés pour trois ans qui avaient été atteints fin 2012 par rapport au niveau de référence de 2009.

- La consommation d'eau dans les opérations mondiales d'AB InBev a diminué de 18,6% par rapport au niveau de référence de 2009. Cela correspond au volume d'eau nécessaire pour produire environ 25 milliards de canettes de produits d'AB InBev, ce qui revient à 20% de la production annuelle.⁴
- La consommation d'énergie par hectolitre produit dans les brasseries et dans les opérations de boissons non-alcoolisées d'AB InBev a connu une baisse de 12 % au niveau mondial.
- Les émissions de carbones ont baissé de 15,7%.
- Le pourcentage de recyclage pour les déchets fixes et les produits secondaires a atteint un niveau de 99,2%.

¹ En partant du principe qu'une piscine olympique a un volume de 25.000 hectolitres

² En partant du principe qu'il faut 6,98 MWh pour assurer l'éclairage d'un match de football nocturne

³ Éclairage LED, frigorigène écologique et/ou contrôle de la consommation énergétique.

⁴ L'équivalent en canettes a été calculé en additionnant les économies d'eau pendant trois ans. La somme de ces économies s'élevait à 312.330.230 hectolitres, ce qui correspond à 87,9 milliards de canettes de 355 ml. Ce chiffre fut ensuite divisé par la consommation actuelle de l'entreprise, c'est-à-dire 3,5 hectolitres par hectolitre de production. Le résultat est un équivalent économisé de 25 milliards de canettes.

Les collaborateurs en Belgique se laissent pousser la barbe

La durabilité de nos activités et la durabilité de l'environnement vont main dans la main. A l'occasion de la Journée Mondiale de l'Environnement des centaines de collaborateurs masculins dans les brasseries de Leuven, Jupille, Hoegaarden et Belle-vue, ainsi que dans le siège principal de Leuven se sont laissé pousser la barbe afin d'attirer de façon ludique et très visible, l'attention sur une consommation consciente de l'eau. Cela a permis d'économiser des centaines de litres d'eau.

Les collaborateurs d'AB InBev en Europe de l'Ouest ont également contribué à la Journée Mondiale de l'Environnement en venant au travail en vélo ou par covoiturage au lieu de prendre la voiture.

Vous trouverez plus d'information relative aux initiatives d'AB InBev en matière de durabilité et aux activités de l'entreprise pour un Monde Meilleur sous le lien suivant: <http://bit.ly/18Nm3gS>.

À propos d'InBev Belgium

Les origines d'InBev Belgium remontent à 1366 à la brasserie Den Hoorn, établie à Louvain. En 1987, Interbrew a été créée par la fusion des brasseries belges : Artois (Leuven) et Piedboeuf (Liège-Jupille). Interbrew se trouve à la base d'InBev, née de la combinaison d'Interbrew avec l'entreprise brésilienne AmBev en 2004. En 2008 InBev et Anheuser-Busch forment Anheuser-Busch InBev, le brasseur leader mondial. L'entreprise bénéficie d'une grande tradition où le savoir-faire, la qualité, l'innovation et le service aux consommateurs et partenaires ont toujours été au centre des activités. InBev Belgium est aujourd'hui leader du marché dans son propre pays. Les principales marques belges sont Jupiler®, Stella Artois®, Hoegaarden®, Leffe® et Belle-Vue®. InBev Belgium vise également à fournir au marché belge de la bière une nouvelle dynamique grâce à une approche équilibrée où tradition et innovation sur base de préférences de consommateur sont complémentaires et où le savoir-faire et la qualité forment le fil rouge. Des innovations récentes couronnées de succès sont Jupiler Blue® (2006), Leffe 9°® (2006), Hoegaarden Rosée® (2007), Hoegaarden Citron® (2008), Jupiler Tauro® (2008), Leffe Ruby® (2009), Leffe Bière de Noël® (2009), Jupiler Force® (2011), Leffe Bière de Printemps® (2011), Hoegaarden 0,0® (2011), Hoegaarden Rosée 0,0® (2012), Jupiler Force Blood Orange® et Fresh Lime® (2012) et le dernier-né, Leffe Royale® (2012). www.ab-inbev.be

A propos d'un Monde Meilleur

De par son engagement à être la Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur, Anheuser-Busch InBev est leader du secteur brassicole en matière d'initiatives liées à la responsabilité sociale, se classant première entreprise brassicole au palmarès des « World's Most Admired », publié par le magazine FORTUNE. Nos efforts en vue d'un Monde Meilleur reposent sur trois piliers : la promotion de la consommation responsable, la protection de l'environnement et le soutien des communautés au sein desquelles nous vivons et travaillons. Nous développons et mettons en œuvre dans le monde entier des programmes et campagnes de responsabilité sociale en partenariat avec des parents, responsables gouvernementaux, organismes communautaires, distributeurs, entre autres. De la promotion de messages de consommation responsable dans les programmes télévisés les plus regardés au monde, à la transformation de coques de noix de coco en énergie renouvelable pour alimenter nos brasseries, en passant par la mise en œuvre d'initiatives communautaires bénévoles, Anheuser-Busch InBev et ses collaborateurs s'engagent à faire la différence.

Contact pour la presse InBev Belgique:

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

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