



## InBev Belgium

### Marché de consommation et tendances<sup>1</sup> de population en Belgique

Tendances	2000	2005	2011
Consommation per capita	98,4 litres	90,7 litres	80,0 litres
Population	10,2 millions	10,5 millions	10,6 millions

### InBev Belgium en quelques faits<sup>2</sup>

Quartier général:	Brouwerijplein 1, 3000 Louvain, Belgique
Site web:	<a href="http://www.ab-inbev.be">www.ab-inbev.be</a>
Volume des produits (en 2011):	5,3 millions d'hectolitres
Position de marché:	#1
Part de marché:	56,3%
Nombre de brasseries:	4 (Louvain, Jupille, Hoegaarden, Belle-Vue)
Nombre d'employées:	Environ 2 800
Direction:	InBev Belgium fait partie de la Zone Europe de l'Ouest d'AB InBev, dirigée par le Président de la Zone, Jo Van Biesbroeck. Eric Lauwers est le Président de la Business Unit BeNeLux et France.

### Marques<sup>2</sup>

Brands mondiales:	Stella Artois
Marques multi-pays:	Hoegaarden, Leffe
Marques locales:	Jupiler, Belle-Vue
Quelques innovations récentes de marques:	Jupiler Force, Hoegaarden 0,0, Hoegaarden Rosée 0,0, Leffe Royale

### L'exportation des marques belges

Les bières belges sont renommées dans le monde entier. Stella Artois, la bière belge numéro 1 dans le monde, est une des marques mondiales d'AB InBev et est disponible dans plus de 80 pays. Leffe, une des marques multi-pays d'AB InBev, est aujourd'hui distribuée dans plus de 60 pays dans le monde. Hoegaarden, la bière blanche belge unique et authentique brassée pour la première fois en 1445, est également une marque multi-pays disponible dans plus de 60 pays dans le monde.

### InBev Belgium aujourd'hui: un aperçu

Aujourd'hui, InBev Belgium fait partie d'Anheuser-Busch InBev, coté en bourse (Euronext: ABI), dont le siège mondial et le centre d'innovation (GITeC) se situent à Louvain.

La stratégie d'InBev Belgium consiste d'une part à consolider sa position de leader sur le marché belge de la bière, et, d'autre part, à dynamiser le marché de la bière en reculant en Belgique. Pour ce faire, InBev Belgium place le consommateur au centre de ses activités et favorise la croissance interne et une efficacité maximale.

Dans cette stratégie, les collaborateurs d'InBev Belgium constituent un maillon indispensable. Chaque jour, quelque 2 800 collaborateurs font en sorte qu'InBev Belgium reste efficace et compétitif. Grâce à leur motivation et leurs efforts, InBev Belgium est le leader du marché avec une part de marché de 56,3 %.

<sup>1</sup> Source: PlatoLogic

<sup>2</sup> Source: Données Anheuser-Busch InBev 2011



## **InBev Belgium: une histoire et une tradition riches**

L'histoire d'InBev Belgium puise ses origines au Moyen-Age : en 1366, une inscription mentionne pour la première fois la brasserie Den Hoorn à Louvain. Cette brasserie se trouve à la base de la brasserie Artois qui date du 18ème siècle, et par la suite, d'Interbrew qui, en 1987, est née de la fusion des deux plus grandes brasseries belges Artois (Louvain) et Piedboeuf (Liège).

Dans les années qui suivirent, Interbrew a fortement développé ses activités à l'étranger, pour fusionner avec le Brésilien Ambev. Le nom devint alors InBev. Depuis, InBev a poursuivi sa croissance tant à l'international que sur son marché domestique grâce à une forte stratégie de marques.

Fin 2008, InBev a conclu la combinaison avec le brasseur américain Anheuser-Busch. Géographiquement diversifiée avec une exposition équilibrée sur les marchés émergents et développés, AB InBev emploie aujourd'hui les forces collectives de ses quelque 116 000 collaborateurs basés dans 23 pays du monde entier, avec ses plus de 200 marques de bière et 125 brasseries de par le monde.

La mission de l'entreprise est d'entretenir des relations durables avec ses consommateurs en leur offrant des marques et des expériences qui rapprochent les gens.

## **La Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur**

AB InBev a comme rêve d'être la Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur. Dans tout ce que nous faisons, nous reconnaissons notre responsabilité d'améliorer le monde dans lequel nous vivons. InBev Belgium partage ce rêve et s'engage à construire une entreprise pour le long terme, avec un héritage dont on peut être fier. Non seulement pour nos collaborateurs, mais également pour les générations à venir et l'environnement dans lequel nous vivons, et pour le consommateur qui, nous l'espérons, profitera toujours d'une façon responsable de nos produits. Nos efforts pour un Monde Meilleur se situent à trois niveaux : la promotion d'une consommation responsable d'alcool, la protection et la sauvegarde de l'environnement, et notre implication dans les communautés au sein desquelles nous vivons et travaillons.