

Belgische Marktconsumptie en bevolkingstrends¹

Trends	2000	2005	2011
Per Capita Consumptie	98,4 liter	90,7 liter	80,0 liter
Bevolking	10,2 miljoen	10,5 miljoen	10,6 miljoen

InBev Belgium: enkele feiten²

Hoofdkantoor:	Brouwerijplein 1, 3000 Leuven, België
Website:	www.ab-inbev.be
Volume van producten (in 2011):	5,3 miljoen hectoliters
Marktpositie:	#1
Marktaandeel:	56,3%
Aantal brouwerijen:	4 (Leuven, Jupille, Hoegaarden, Belle-Vue)
Aantal Mederwerkers:	Ongeveer 2 800
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.

Merken²

Wereldwijde merken:	Stella Artois
Multilandenmerken:	Hoegaarden, Leffe
Lokale merken:	Jupiler, Belle-Vue
Recente merkinnovaties omvatten:	Jupiler Force, Hoegaarden 0,0, Hoegaarden Rosée 0,0, Leffe Royale

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 verdeeld in meer dan 80 landen. Leffe, een van AB InBev's multilandenmerken, is vandaag beschikbaar in meer dan 60 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 60 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, interne groei en maximale efficiëntie na te streven.

In deze strategie zijn de medewerkers van InBev Belgium een onmisbaar onderdeel. Dagelijks zorgen zo'n 2800 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.

¹ Bron: PlatoLogic

² Bron: Anheuser-Busch InBev 2011 gegevens



InBev Belgium: een rijke geschiedenis en traditie

De geschiedenis van InBev België 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. Vandaag is AB InBev geografisch gediversifieerd met een evenwichtige blootstelling aan ontwikkelde markten en groeiemarkten en benut het de collectieve sterkte van haar ca. 116 000 medewerkers, die in vestigingen in 23 landen tewerk gesteld worden, met meer dan 200 biermerken en 125 brouwerijen 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, als 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.