



InBev Belgium: AB InBev en Belgique

2012



AB InBev au niveau mondial, dans le Benelux & en France

Cost-Connect-Win

Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur

AB InBev au niveau mondial

- AB InBev est la plus grande entreprise brassicole au monde
- Entreprise dans le top 5 mondial des FMCG
- Une position N°1 ou N°2 dans 19 marchés
- Siège social mondial, Europe de l'Ouest et BeNeFraLux & GITEC: Louvain
- 4 des 10 marques de bières les plus vendues au niveau mondial
- Des activités dans 23 pays
- Notre bière se vend dans plus de 100 pays
- +/- 116.000 employés dans le monde



AB InBev en Belgique

- AB InBev est leader du marché en Belgique (part de marché de 56,3 %)
- Quartiers généraux mondiaux à Louvain
- 2.800 collaborateurs en Belgique
- 4 brasseries: Louvain, Jupille, Hoegaarden, belle-Vue
- 5 marques phare : Jupiler, Stella Artois, Leffe, Hoegaarden et Belle-Vue
- Top 3 des marques en Belgique:



Portefeuille AB InBev - 200+ marques

Présence importante des bières belges dans le monde



Marques mondiales

3 marques globales solides



Marques multi-pays

Distribuées dans de nombreux pays dans le monde (p.e. Hoegaarden et Leffe > 30 pays)



“Champions locaux”



AB InBev dans le Benelux & en France

- 7 brasseries AB InBev



Louvain



Sint-Pieters-
Leeuw



Hoegaarden



Jupille



Diekirch



Arcen



Dommelen

- Volume 2011 : +/- 10 millions de hl
- Répartition entre on- et off-trade: 46 % / 54 %
- Base de clientèle : 2/3 horeca – 1/3 grande distribution
- +/- 3.500 collaborateurs
- Leader du marché en Belgique & au Luxembourg ; N°2 aux Pays-Bas et N°3 en France



AB InBev au Benelux & en France



Exportation à partir de la Belgique

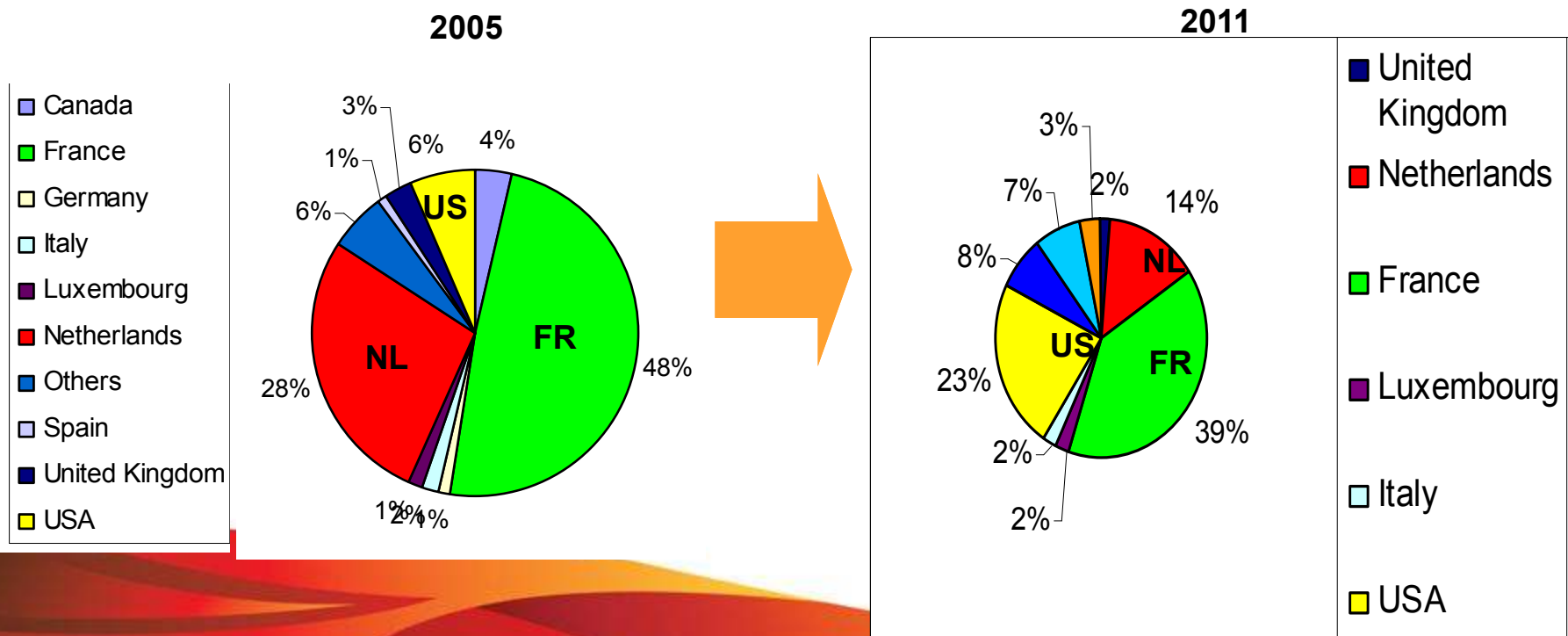
- Notre plus grand marché d'exportation à partir de la BELGIQUE: **Pays-Bas, France et Luxembourg**

=> Base de l'organisation BeNeFraLux = mêmes marques = synergies

- L'exportation à partir de la Belgique vers le **marché américain**

=> De 6 % en 2005 vers la 2e place avec 23 % en 2011 (*Stella Artois +24 %; Leffe +50 %*)

=> Les marchés en Amérique du Nord se caractérisent par des attentes élevées en matière de qualité et de fiabilité de livraison



From the largest micro-brewery
in the world. Belgium.



She is a thing of beauty

ANHEUSER-BUSCH IN BEV

Marché de la bière au BeNeFraLux



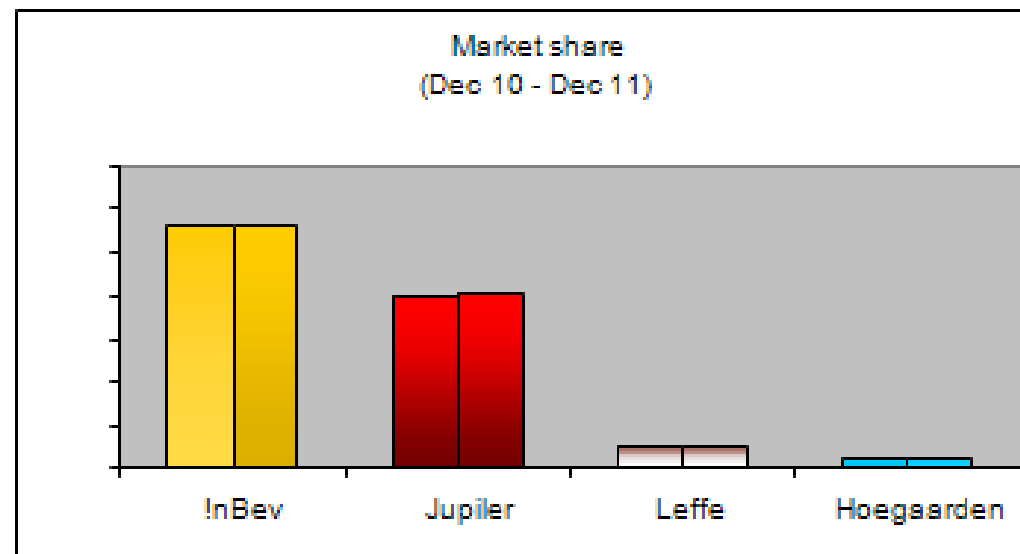
	BE	NL	FR	LUX	BNFL
Number inhabitants (mio)	10.6	16.5	65.4	0.5	93.0
Per capita per country (in ltr)	80	73	27	82	39
Beer volume per country (mio hl)	8.6	10.5	17.3	0.4	36.8
Industry evolution 11 vs 10	1.6%	-1.1%	-0.3%	-2.2%	-0.1%
AB InBev marketshare 2011 (weighted)	56.3%	17.1%	11.3%	46.7%	23.6%
Split On/Off Trade (industry)	46/54	27/73	26/74	49/51	32/68
Split On/Off Trade (AB InBev)	44/56	43/57	46/54	46/55	46/54



Evolution du marché et des parts de marché 2011



- **Marché +1,6 % vs 2011**
- **Part de marché d'InBev Belgium: 56,3%**
- **Parts de marché de Jupiler et de Leffe continuent leur croissance**
- **Part de marché de Hoegaarden reste à peu près stable**



Source : Brasseurs belges





AB InBev au niveau mondial, dans le Benelux et en France

Cost-Connect-Win

Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur

Modèle Stratégique : Cost-Connect-Win



Le client est roi



CONNECT : INVESTISSEMENTS

VENTE & MARKETING

Point de départ : **ECOUTER** les
CONSOmmATEURS :

Etude des consommateurs

- Groupes ciblés
- Panels de consommateurs

CLIENTS :

- * Mesurer la satisfaction des clients
- * Tables rondes avec les partenaires horeca et les retailers
- * "Feet on the Street" dans les cafés et dans la grande distribution
- * Visites régulières de la direction et du management
- * Discussions top-to-top



ABInBev

CONNECT : INVESTISSEMENTS



VENTE & MARKETING

Qu'apprenons-nous de nos clients ainsi que de nos consommateurs ?

CONSOMMATEURS – attentes :

- Nouvelle expérience gustative
- Convenience (pack types)
- Nouveaux moments de consommation
- Expérience de la marque

CLIENTS – attentes :

- Support professionnel
- Promotions conséquentes
- Category management
- Marques fortes / "traffic builders"



**Tout cela engendre
de l'INNOVATION
au sens large**



**Tradition & innovation, bases de la croissance
et du développement dans un marché mature**

14 innovations en 5 années



**Contribution importante au renforcement des marques
AB InBev et à la position de marché en Belgique**





AB InBev au niveau mondial, dans le Benelux et en France

Cost-Connect-Win

Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur

Notre rêve : Etre la Meilleure Entreprise Brassicole dans un Monde Meilleur



Best Beer Company
in a **Better** World

3 piliers Better World :

- Promotion d'une **consommation responsable**
- Promotion de pratiques **environnementales** durables
- Impact positif sur la **communauté**



Un Monde Meilleur au sein de nos brasseries



Best Beer Company
in a Better World

- Centrale de cogénération à Louvain (20 mio € d'investissement)



- 3 x moins d'émissions
- Economie d'énergie de 5 – 10%
- Economie d'eau de 15%

- Laveuse de bouteille à Jupille (3 mio € d'investissement)



- Utilisation et réutilisation optimales de l'eau
- 5% moins d'énergie
- Economie d'eau de 18%



Initiatives pour un Monde Meilleur

- World Environment Day
- Global Be(er) Responsible Day
- Family Talk
- Campagen BOB
- Respect16
- Poverello...



Best Beer Company
in a Better World

