



Raport anual
Annual report

2014



BERARII
ROMÂNIEI



Cuprins/ Content

Asociația Berării României, de zece ani vocea sectorului berii <i>The Brewers of Romania Association, for ten years the voice of the beer sector</i>	4
Opinii management industria berii <i>Beer Industry Management Opinions</i>	6
Mesajul Secretarului General al Asociației Berării Europei <i>The message of the Secretary General of the Brewers of Europe Association</i>	11
CESE susține sectorul berii <i>EESC sustains the beer sector</i>	12
Mesajul autorităților <i>The authorities message</i>	14
Totul despre bere <i>Everything about beer</i>	16
Responsabilitate socială <i>Social responsibility</i>	24
Industria berii, stimul al economiei României <i>The beer sector, stimulus of the Romanian economy</i>	26
Piața berii în 2013 <i>The beer market in 2013</i>	30
Membrii Asociației Berării României <i>Members of the Brewers of Romania Association</i>	32
BERGENBIER S.A.	32
HEINEKEN ROMÂNIA S.A.	34
UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD <i>UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD</i>	36
URSUS BREWERIES <i>URSUS BREWERIES</i>	38
BERARIUM <i>BERARIUM</i>	40
SOUFFLET MALT ROMÂNIA <i>SOUFFLET MALT ROMÂNIA</i>	42
ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI DIN ROMÂNIA (APHR) <i>ASSOCIATION OF THE HOPS PRODUCERS OF ROMANIA (AHPR)</i>	44
Mărcile berarilor noștri <i>Our members' brands</i>	46
Contacte <i>Contacts</i>	47

Asociația Berarii României, de zece ani vocea sectorului berii

Cu o istorie ce traversează deja un întreg deceniu, Asociația Berarii României reprezintă un veritabil simbol al sectorului berii de la noi din țară. Promotor activ al culturii berii în România și artizan atent al autoreglementării sectorului, Asociația Berarii României s-a identificat permanent cu problematica industriei și a adoptat principalele obiective ale acesteia.

Înțelegând rolul unei organizații sectoriale în context economic și social, Asociația Berarii României și-a asumat, odată cu înființarea, misiunea de a veghea la menținerea unui mediu de afaceri sănătos în cadrul sectorului său de activitate și de a contribui activ la dezvoltarea unei industrii a berii responsabilă.

În cei zece ani de existență, Asociația Berarii României s-a impus atât la nivel local, cât și european, ca o voce comună a membrilor săi, reușind să transmită mediului de afaceri, consumatorilor și instituțiilor statului, valorile care îi guvernează deopotrivă.

Rezultat al unei viziuni corecte a ceea ce reprezintă producția berii, Asociația Berarii României a reușit să aducă în rândul membrilor săi nu doar companii producătoare de bere, ci și-a deschis larg porțile și pentru a-i primi pe cei mai importanți furnizori la nivel național de materii prime specifice fabricării berii, hamei și malt.

Membrii săi actuali sunt cei mai importanți producători de bere din România: BERGENBIER SA, HEINEKEN ROMANIA S.A., UNITED ROMANIAN BREWERIES și URSUS BREWERIES, cărora li s-a alăturat și microberăria Clinica de Bere. Împreună, cei cinci producători furnizează peste 80% din cantitatea de bere

consumată în România. Totodată, din Asociație fac parte și reprezentanți ai producătorilor de materii prime: Soufflet Malt Romania și Asociația Producătorilor de Hamei.

Începând cu anul 2008 Asociația Berarii României a devenit parte a marii familii a producătorilor de bere europeni reprezentați prin organizația Berarii Europei, fondată în 1958, la Bruxelles. Membrii actuali sunt asociațiile naționale ale berarilor din statele UE, alături de Norvegia, Elveția și Turcia. Organizația reprezintă interesele a peste 4.000 de producători de bere din Europa în fața diferitelor instituții și organizații internaționale. Mai mult, Berarii Europei reprezintă și apără interesele a peste 2 milioane de oameni care datorează locurile de muncă producției și vânzării berii.

Momente de referință

2004	Înființarea Asociației Berarii României
2005	Sectorul berii devine primul sector din România care se autoreglementsază, prin elaborarea <i>Codului comunicării comerciale</i>
2008	Asociația Berarii României devine membră a Berarilor Europei
2010	Exemplu de bune practici în cadrul <i>Alcohol and Health Forum</i> , prin intermediul campaniei <i>Alcoolul nu te face mare</i>
2013	Are loc prima ediție a evenimentului <i>Berea Face Cinste României</i> dedicat celor care își doresc dezvoltarea acestui sector important



The Brewers of Romania Association, for ten years the voice of the beer sector

With a history of more than a decade, the Brewers of Romania Association is a genuine symbol of the beer sector in our country. An active promoter of the beer culture in Romania and an engaged partner in the self-regulation of the sector, the Association has continuously identified itself with the industry and has embraced its main objectives.

Understanding the role of a sectorial organization within the economic and social context, the Brewers of Romania Association has committed to ensure a healthy business environment within its activity sector and to actively contribute to the development of a responsible beer industry.

During its ten years of existence, the Brewers of Romania Association has imposed itself both locally and European level as a common voice of its members, succeeding to transmit to the business environment, the consumers and the public institutions the values equally governing them.

As the outcome of a fair vision of what brewing represents, the membership of the Brewers of Romania Association includes not only breweries, but also suppliers of raw materials specific to beer manufacturing.

Its current members are the leading brewers in Romania: BERGENBIER S.A., HEINEKEN ROMANIA S.A., UNITED ROMANIAN BREWERIES and URSUS BREWERIES, as well as the micro-brewery Clinica de bere. Altogether, the five brewers account for over 80% of the amount of beer consumed in Romania. At the same time, the Association also includes representatives of raw

materials producers: Soufflet Malt Romania and the Association of Hops Producers.

In 2008, the Brewers of Romania Association joined the big European brewers' family represented by the Brewers of Europe, founded in 1958, in Brussels. Current members are the national brewers' associations from EU Member States, plus Norway, Switzerland and Turkey. Also, it represents the interests of over 4,000 beer manufacturers in Europe in the dialogue with various international institutions and organizations. Moreover, the Brewers of Europe also represents and protects the interests of over 2 million people employed in beer production and marketing.

Milestones

2004	Foundation of the Brewers of Romania Association
2005	With the development of <i>The Commercial Communication Code</i> , the beer sector becomes the first sector in Romania to self-regulate
2008	The Brewers of Romania Association becomes a member of the Brewers of Europe
2010	Best practice example within the <i>Alcohol and Health Forum</i> , with the campaign <i>Alcoolul nu te face mare</i> (Alcohol does not make you big)
2013	The first edition of the event <i>Berea Face Cinstea României</i> (Beer Serves Romania) dedicated to those who want to develop this important sector



Onno Rombouts

Director General/ Managing Director

Fiind unul dintre membri fondatori ai Asociației Berarii României, HEINEKEN Romania a susținut-o întotdeauna în a promova cultura berii și a construi un mediu de afaceri durabil pentru această industrie în România. Atât noi cât și Asociația împărtășim credința că berea este un produs extraordinar care, dacă este consumat cu moderație, face parte dintr-un stil de viață modern și sănătos. HEINEKEN este mândră să fie unul dintre jucătorii de top pe piața berii din România, un sector economic important ce reunește toate marile companii internaționale producătoare de bere. Ne bucurăm că putem să îmbogățim experiențele consumatorilor din România, oferindu-le un portofoliu diversificat de beri de calitate.

As one of the founding members of the Romanian Brewers Association, HEINEKEN Romania has always supported it in telling the wonderful story of beer and shaping a sustainable business environment for this industry in Romania. We both share and promote the belief that beer is a great product, part of a modern and healthy lifestyle, if consumed in moderation.

HEINEKEN is proud to be a top player on the Romanian beer market, an important economic sector that includes all the major international beer companies. We are very happy to enrich the unique experiences of beer consumers in Romania, by offering them a diversified portfolio of quality beers.



Lucian Ghinea

Președinte/ President

De aproape 20 de ani, compania Bergenbier S.A. și-a propus ca prin experiențele oferite de mărcile sale să încânte iubitorii de bere din România. Vom continua să aducem un plus de valoare în piața berii, contribuind activ la creșterea culturii berii în România și la încurajarea unui consum responsabil. În cadrul Asociației Berarii României vom promova același mediu de afaceri sănătos care ne reprezintă, pentru a readuce pe creștere acest sector cheie în economia românească. Obiectivul nostru comun este de a asigura industriei berii din România un tratament corect, într-un context economic și legislativ stabil.

For almost 20 years, Bergenbier S.A. company has been dedicated to delighting the Romanian beer lovers through its brands' experiences. We shall continue to add value to the beer market by actively contributing to develop the beer culture in Romania and to encourage a responsible consumption. As members of the Brewers of Romania we shall promote the same healthy business environment which represents us thoroughly, in order to bring back the growth of this key industry sector of the Romanian economy. Our common objective is to ensure the Romanian beer industry a fair treatment in a stable economic and legislative context.

Bergenbier
A MOLSON COORS COMPANY



S.A.



Hezy Ovadia

Președinte/ President



Încă de la înființarea Asociației Berarii României, URBB a fost una dintre companiile membre. URBB sprijină diversitatea și curiozitatea consumatorilor prin oferirea unui portofoliu extrem de variat de produse. Savaorea unei beri de calitate ia multe forme în cadrul URBB, îmbinând tradiția cu unicitatea, pentru a oferi românilor experiențe desăvârșite. Mai mult, împreună cu Asociația Berarii României, promovăm și dezvoltăm în continuare o cultură a berii pe plan local, efervescentă și colorată, totuși responsabilă. Consumatorul român al anului 2014 este educat în această cultură a berii, cosmopolit, atent la detalii și la mediul înconjurător, pentru că știe exact ce își dorește. Iar noi, ca berari ai României, știm exact ce să îi oferim.

Since the establishment of the Brewers of Romania Association, URBB was one of the member companies. URBB supports diversity and consumers' curiosity by offering a highly diverse portfolio of products. The savor of a quality beer takes many forms at URBB, combining tradition and uniqueness to offer Romanians a perfect experience. Moreover, together with the Brewers of Romania Association, we promote and further develop a local culture of beer, sparkling and colorful, yet responsible. The Romanian consumer of 2014 is educated in this culture of beer, cosmopolitan, attentive to the last detail and to the environment, because he knows exactly what he wants. And we, as Brewers of Romania, know exactly what to offer him.



Igor Tikhonov

Președinte/ President



Ne dorim să facem o diferență prin bere și de aceea ne derulăm activitatea îmbrățișând ca practică de business sustenabilitatea. Venim în întâmpinarea consumatorilor noștri cu un portofoliu divers de mărci, de la beri-simbol, cu puternică tradiție românească, la beri de reputație internațională. Suntem motivați în tot ce facem să insuflăm oamenilor bucuria de a bea o bere bună împreună, într-un mod responsabil, și încurajăm consumatorii să ia decizii informate privind consumul de alcool. Păstrăm inovația ca aliat permanent, prin eficientizarea utilizării de resurse și prin sprijinirea tuturor partenerilor din lanțul valoric. Aceasta demonstrează că sectorul berii se adaptează și are potențialul de a crește în beneficiul inclusiv al dezvoltării comunităților din care facem parte. Astfel, ca parte din Asociația Berarilor, care împlinește anul acesta 10 ani de promovare a culturii berii în România, suntem onorați să fim parteneri de drum în dezvoltarea durabilă a unei industrii a berii care are o contribuție esențială la economia României.

We want to make a difference through beer, so we are running our activity embracing sustainability as a business practice. We are meeting our customers' needs with a diversified brand portfolio, from beers-symbol, with strong Romanian tradition, to leading international beers. We are motivated in everything we do to inspire people the joy of drinking a great beer together, in a responsible way and we encourage consumers to make informed decisions about alcohol. We keep innovation as a permanent ally, through efficient use of resources and support to all partners in our value chain. This demonstrates that the beer sector is adapting and it has the potential to increase by contributing to the development of the communities we are part of. Therefore, as part of the Brewers Association, which celebrates this year 10 years in promoting beer culture in Romania, we are honored to walk together the way of sustainable development of the brewing industry, which brings an essential contribution to Romanian economy.



Marius Mircea

Director General/ General Manager

Berarium SRL din Timișoara este o microfabrică de bere care produce exclusiv bere nefiltrată și nepasteurizată din clasa premium. Berarium SRL s-a făcut cunoscută pe piața locală prin intermediul brandurilor „Clinica de Bere”, „Terapia Gold” – bere blondă nefiltrată, și „Terapia Platin” – bere albă nefiltrată. Prin asocierea noastră cu Berarii României dorim să atragem atenția industriei de bere și autorităților statului din România asupra existenței noastre, ca microproducători de bere. Totodată, încercăm să încurajăm dezvoltarea acestei ramuri, încă neexploatăată, a industriei de bere din România. Pe această cale dorim să mulțumim Asociației Berarii României că a dat curs cererii noastre de a deveni membri și, mai ales, apreciem că a înțeles nevoile specifice microproducătorilor de bere și că le-a reprezentat cu succes în fața autorităților statului în vederea creării unui climat propice dezvoltării acestui segment de piață.

Berarium SRL is a microbrewery from Timisoara which exclusively produces premium unfiltered and unpasteurized beer. Berarium SRL became known locally through the following brands: "Clinica de bere", "Terapia Gold" (unfiltered blonde ale) and "Terapia Platin" (unfiltered wheat beer). Through our association with Brewers of Romania we wish to draw the attention of the beer industry and the state authorities towards our existence as microbrewers. At the same time, we try to encourage the development of this branch of the Romanian beer industry. We wish to thank the Brewers of Romania Association for accepting us as a member, and, most of all, we appreciate the fact that they understood the specific needs of the microbrewers, and has successfully presented these needs to the state authorities, in order to establish a favourable climate for the development of this market segment.



François-Xavier D'Hollander

Director Executiv/ Executive Director



Soufflet Malt Romania este cel mai mare producător de malț din România. Orzul este utilizat, în primul rând, ca materie primă pentru fabricarea malțului, acesta fiind ingredientul principal în procesul de fabricare a berii. Astfel, Soufflet Malt Romania se află chiar în centrul lanțului orz - malț - bere.

Ca parte a Asociației Berarii României, Grupul Soufflet este implicat în promovarea industriei berii în România și susține producția de varietăți performante de orz pentru bere, în beneficiul rețelei supply chain, permițând ca berea să poată fi fabricată din ingrediente naturale, produse pe plan național.

Susținem protejarea producției de bere din România și suntem convinși că Asociația Berarii României este un partener redevabil în dezvoltarea durabilă a acestui nobil produs, orzul pentru malț.

Soufflet Malt Romania is the largest malt producer of Romania. Mating barley is used to produce malt, and malt is the main ingredient for beer. This puts Soufflet Malt Romania in the heart of the chain barley – malt – beer.

Involved in the assembly of Romanian brewers, Soufflet group participates to promote the beer industry in Romania, and to favour the production of good malting barley varieties in Romania for the wellness of the supply chain. So that beer continues to be produced in a natural way with national ingredients.

We participate to defend beer production in Romania, and we are sure that the Brewers of Romania Association is a fair partner in a sustainable development of this noble product which is malting barley



Acațiu Mora

Președinte/ President

ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI DIN ROMÂNIA/
ASSOCIATION OF HOPS PRODUCERS OF ROMANIA

Primirea noastră în Asociația Berarii României în anul 2011 ne-a onorat. Colaborarea în asociație este plăcută, de bun-simț și cu rezultate. „Hameiul dă caracter berii. Însușirile: amăreala, aroma, spumarea și conservarea sunt principalele trăsături cu care Berarii României meșteșugăresc consumatorilor cea mai gustată licoare – berea”.

Hameiul, ca principalul ingredient natural al berii, trebuie să se regăsească și în mintea consumatorului. Să le arătăm planta, fructul, lupulina. Să simtă aroma. Să testeze gustul puternic amar. Să le oferim o bere în care să vadă culoarea, spuma, perlarea și să descopere amăreala și aroma specifice. Să îi învățăm să iubească berea. Astfel, consumatorii vor avea încredere în naturalețea berii, vor căuta și vor regăsi în bere caracteristicile văzute și testate.

We are much honored to be members of the Brewers of Romania Association. Our collaboration is enjoyable and very productive.

“The hop gives the beer's nature. Its features: bitterness, flavor, frothing and preservation are the main ingredients which Brewers of Romania provide consumers the tastiest of the drinks: <the beer>”.

The hop is the main natural ingredient of beer. It has to be found not only in beer but in the consumer's mind also.

Let show them the herb and the fruit. Let them smell the aromas. Test the strong bitter taste. Offer the consumers a beer in which they can see the color, the foam and discover the bitterness and its specific flavor. Teach them how to love beer.

In this way, the consumers will trust in the beers naturalness and they will look for the beer's seen and tested features.

Bere: rezolvă ecuația ocupării forței de muncă în UE

Berea este un motor al economiei europene și un important creator de locuri de muncă, chiar dincolo de porțile fabricilor de bere

Beer: Solving the EU's employment puzzle

Beer is a driver for the European economy and a major job creator that goes far beyond breweries



Berea creează 2 milioane de locuri de muncă în UE, echivalând numărul cumulat al locuitorilor din Bruxelles și Amsterdam.

Beer creates 2 million jobs in the EU, equivalent to the populations of Brussels and Amsterdam combined.



Crearea de locuri de muncă pentru tineri, o prioritate majoră pentru berarii europeni

Providing new jobs for young people, a major concern for European brewers

Pierre-Olivier Bergeron

*Secretar general Berarii Europei/
Secretary General The Brewers of Europe*



Cel mai recent raport referitor la Contribuția Industriei Berii la Economia Europeană a fost publicat în februarie anul acesta și a evidențiat câteva semne ale relansării în sectorul berii. Deși producția de bere la nivelul UE a scăzut cu 8% în perioada 2008-2010, aceasta a crescut din nou cu 2% până în 2012.

Cu toate că sunt modeste, aceste cifre ne oferă motive pentru a fi optimiști, cu condiția ca industria berii să fie susținută. În România, declinul a fost chiar mai dramatic pe perioada crizei economice, chiar când producția de bere începea să se redreseze în 2012, deși fără a ajunge la nivelul din 2008, iar un nou val de creștere a taxelor din februarie 2013 a condus la o nouă scădere a pieței.

Raportul realizat de EY (anterior Ernst & Young) și Regioplan arată că Berarii Europei reprezintă vânzări anuale totale cumulate de aproximativ 111 miliarde de euro, o valoare adăugată de 51,5 miliarde de euro și o contribuție de 53 de miliarde de euro, contribuții sub formă de taxe la bugetele europene în fiecare an.

În plus, industria berii oferă 2 milioane de locuri de muncă în Europa. O preocupare majoră a berarilor în ultima perioadă a fost asigurarea de noi locuri de muncă pentru tineri. Aceasta este o responsabilitate importantă pe care ne-o asumăm pe tot parcursul lanțului nostru valoric, asigurând locuri de muncă pentru tineri și persoane nou intrate pe piața muncii.

Trebuie să amintim că 1 loc de muncă într-o fabrică de bere generează 1 loc de muncă în agricultură, unul în industria producătoare de ambalaje și logistică, unul în marketing și media, unul în retail și 11 în baruri, restaurante și cafenele.

The latest report on The Contribution made by Beer to the European Economy was published in February this year and able to report on shoots of recovery in the brewing sector. Whilst EU beer production declined 8% in the period 2008-2010, it grew again by 2% up to 2012.

Whilst a modest figure, this does give grounds for optimism, as long as the beer sector be supported. In Romania the decline was even more staggering when the economic crisis hit but, just as beer production was recovering in 2012, though still not yet back up to 2008 levels, a new tax increase in February 2013 led to a further decrease in the market.

The report by EY (formerly Ernst & Young) and Regioplan shows that, together, Europe's Brewers deliver total annual sales of around €111 billion, €51.5 billion in value-added and contribute €53 billion in tax to EU governments each year.

Beer is also responsible for 2 million European jobs. Over recent years, a major concern for brewers has been whether they can provide new jobs for young people. This is a big responsibility but one that we embrace through our value chain, providing work for young and first time labour market entrants.

It is always worth recalling that 1 job in a brewery generates 1 in agriculture, 1 in packaging and logistics, 1 in marketing and media, 1 in retail and 11 in bars, restaurants and cafés.



Predictibilitate fiscală și cooperarea cu autoritățile naționale, recomandările Comitetului Economic și Social European (CESE)

În octombrie 2013, Comitetului Economic și Social European (CESE) a adoptat din proprie inițiativă un aviz privind Promovarea potențialului de creștere a industriei europene a berii.

Organism consultativ al Uniunii Europene, CESE atrage astfel atenția Comisiei Europene, Parlamentului European, Consiliului și statelor membre asupra principalelor măsuri ce trebuie încurajate dacă se dorește ca industria europeană a berii să-și realizeze întregul potențial de creștere în beneficiul economiilor naționale. Rezultat al muncii susținute a doi dintre membrii CESE - Ludvík JÍROVEC și Edwin CALLEJA -, avizul recunoaște rolul important pe care sectorul berii îl joacă în generarea creșterii economice în toate țările Uniunii.

„Am inițiat acest studiu relevant cu privire la industria berii din Europa în urma participării la consultări cu Secretarul General al Asociației Berării Europei. După ce am analizat situația, am fost convins că este necesar să promovăm industria berii din Europa pentru a informa cu privire la importanța acesteia pentru economia europeană și crearea de locuri de muncă. Un alt obiectiv este acela de a identifica punctele forte, dar și pe cele slabe ale sectorului și direcția pe care ar trebui să o urmeze pentru a crește în continuare. Totodată de a crește nivelul de conștientizare la nivelul UE și la nivel național cu privire la nevoile sectorului și modul în care poate fi stimulat și ajutat să progreseze și să se dezvolte pentru a-și asigura un viitor mai bun. De asemenea, ne-am propus să oferim sprijin Comisiei Europene pentru finalizarea unei Politici Industriale pentru Industria Europeană.

Prin urmare, trebuie să ne unim eforturile și să îndemnăm instituțiile din Europa, guvernele statelor membre și politicienii care ne reprezintă să ia măsuri rapide dacă se dorește îmbunătățirea situației investițiilor, și implicit generarea de locuri de muncă și creștere economică. Un plan de acțiune pentru industrie trebuie demarat acum. După cum știm cu toții, este nevoie de ani întregi

pentru a implementa un plan și pentru a obține rezultate. Deși intențiile sunt bune, există prea multe piedici de depășit din cauza constrângerilor politice, legale și birocratice.

Reacțiile pe care le-am primit până acum din partea industriei și a Comisiei Europene cu privire la Avizul nostru fac referire la faptul că am identificat calea pe care o poate urma industria berii pentru a progresa. Trebuie să convingem factorii de decizie să acționeze în favoarea acestui sector al industriei europene. Consider că o politică realizabilă pentru industrie poate avea succes dacă industria și Comisia vor putea identifica motivul pentru care investițiile în industria producătoare nu cresc și dacă investitorii vor fi stimulați să investească. În opinia mea, zonele problematice au fost identificate în mare parte, însă nu ne-am concentrat asupra sectoarelor principale ale industriei noastre.

Avizul CESE referitor la industria berii din Europa și-a propus să realizeze tocmai acest obiectiv. Avem nevoie urgentă să înregistrăm progrese în acest sens dacă ne dorim să observăm o schimbare în bine.

Prin faptul că subliniază ceea ce trebuie făcut pentru a stimula investițiile și extinderea industriei berii, CESE își propune să genereze creștere în Europa prin intensificarea exporturilor, crearea de locuri de muncă stabile pentru angajații din Europa și sporirea veniturilor la bugetul de stat. Sper că acestea vor contribui la prosperitatea Europei. De asemenea, sunt optimist în ceea ce privește oportunitățile pe care le rezervă viitorul pentru industria berii din România și contribuția sa la gradul de ocupare a forței de muncă și la economie în general.”

Edwin Calleja
CESE

A predictable fiscal environment and cooperation with the national authorities – these are the recommendations of the European Economic and Social Committee (EESC)

In October 2013, the European Economic and Social Committee (EESC) adopted an own-initiative opinion on Promoting the growth potential of the European beer industry.

As an advisory body of the European Union, the EESC thus draws the attention of the European Commission, European Parliament, Council and member states on the main measures to be encouraged for the European beer industry to achieve its full growth potential to the benefit of the national economies.

The opinion, which is the result of the sustained work carried out by two of the EESC members - Ludvík JÍROVEC and Edwin CALLEJA -, acknowledges the major role of the beer sector in generating economic growth within all EU countries. *"I took the initiative of undertaking this sector-specific study on the Beer Industry in Europe after consultations with the Secretary General of The Brewers of Europe. After some reflection, I felt convinced that there is a need to promote the European Beer Industry in Europe in order to create an awareness of its importance to the European economy and to the creation of jobs. Also, to identify the strong points and weaknesses of the Sector and the directions it should take in search of further growth, create awareness at the EU and at national level about the needs of the sector and how it can be encouraged and helped to move on and to guarantee for itself a brighter future through further development. And to help with present moves by the European Commission to finalize an Industrial Policy for European Industry.*

So all of us need to urge the institutions in Europe, governments in member states and our politicians to take quick action if the investment situation is to improve, and therefore generate employment and expand the economy. A plan of

action for industry must start now. As everyone knows, it takes years for a plan to implement and to achieve results. With all good intentions there are so many hurdles to overcome because of political, legal and bureaucratic constraints.

The reactions to our Opinion received so far from the industry itself and the EU Commission are that we have identified the way forward for the brewing industry. We need to convince the decision makers to act in defense of this European sector of industry. It is my opinion that an achievable industrial policy can only succeed if the industry itself and the Commission are able to identify why investment in manufacturing industry is not increasing and providing the encouragement for entrepreneurs to invest. In my view, the problem areas have been generally identified but hardly any focus has been made on the main sectors of our industry.

This is exactly what the EESC opinion on the European beer industry set out to do. We desperately need to register progress on this agenda if the situation is show a change for the better.

By highlighting what needs to be done to help further investment and expansion in the brewing industry, the EESC wants to create more wealth for Europe in the form of exports, steady jobs for Europe's workers and revenue for Governments. I hope that this contributes to Europe's well-being. I am also optimistic about the opportunities that the future holds for Romania's beer industry and its contribution to employment and the economy at large."

Edwin Calleja
EESC



Industria berii din România,

un exemplu de bună practică pentru toate sectoarele economiei

Romanian beer industry, an example of best practice for all economic sectors



Valeriu Zgonea

Președinte/ President

Camera Deputaților/ Chamber of Deputies

Industria berii din România a devenit de-a lungul anilor un exemplu de bună practică pentru toate sectoarele economiei în ceea ce privește profesionalismul și competitivitatea. Preocuparea continuă pentru dezvoltarea industriei, creșterea investițiilor și crearea de locuri de muncă trebuie încurajată printr-un mix de politici fiscale și legislative din partea statului care să asigure îndeplinirea tuturor acestor obiective. Producătorii de bere trebuie să reprezinte o voce puternică în cadrul oricăror discuții sau consultări care au loc între mediul privat și autorități. Capabilă prin specificul ei să aducă valoare adăugată și să asigure dezvoltarea mai multor sectoare economice care au legătură directă cu producția de bere, industria berii trebuie să devină unul dintre sectoarele strategice ale economiei.

Vă încurajez să continuați pe același drum al performanței și vă asigur că Parlamentul va fi locul în care vă veți putea face întotdeauna auzite opiniile.

The beer industry in Romania became over time an example of best practice for all economic sectors in terms of professionalism and competitiveness. The constant concern for the development of the industry, increase of investments and creation of jobs must be encouraged by the state through a mix of fiscal and legislative policies, so as to ensure the achievement of all these objectives. The brewers must represent a strong voice within any dialogue or consultations carried out between the private environment and authorities. Beer industry is able to generate added value and to ensure the development of many economic sectors directly connected to the production of beer. Therefore, it should become one of the strategic sectors of the economy.

I encourage you to carry on the same path of performance and I assure you that the Parliament will always be the place to make your opinions heard.

Productia de bere,

un sector care aduce valoare adăugată produselor agricole

The brewing sector, one that adds value to the farming supply chain

Daniel Constantin

*Ministrul Agriculturii și Dezvoltării Rurale/
Minister of Agriculture and Rural Development*



Agricultura României a reușit să dovedească în decursul anului 2013 potențialul său de real motor al creșterii economice, potențial despre care s-a discutat foarte mult în ultimii ani. Deși cu toții am simțit acest lucru, în prezent avem dovada concretă a faptului că agricultura este principalul factor de creștere economică și că ea reprezintă cea mai importantă oportunitate economică a României.

O componentă vitală a creșterii economice o reprezintă relațiile dintre sectoarele de producție datorită cărora rezultă valoarea adăugată dobândită de materiile prime agricole în urma procesării lor. Din acest punct de vedere, pot spune că industria berii este unul dintre elevii model ai economiei românești, fiind orientată spre atragerea de resurse agricole locale, cereale și hamei, în procesul de fabricare a berii. Industria berii produce deja astfel de efecte având un rol de multiplicare atât la nivelul economiei naționale, precum și la nivelul sectorului agricol.

Sinergia dintre sectorul producției de bere și cel al producției agricole este cu atât mai puternică dacă ținem cont de faptul că pentru fiecare loc de muncă creat în industria berii sunt generate alte 2,5 în agricultură.

În același timp, conform datelor oficiale, evaziunea fiscală din zona de producție a berii rămâne în continuare zero, generând o contribuție importantă la bugetul național.

Sectorul berii este în continuare un sector care aduce valoare adăugată produselor agricole, prin procesare, acesta fiind un deziderat major pentru întreaga producție agricolă din România. Și nu în ultimul rând, 97% din berea consumată de români este produsă în România, acest lucru datorându-se faptului că producem bere bună, folosind în mare parte ingrediente autohtone de calitate.

Povestea berii românești este una de succes și vreau să salut rolul pe care l-a jucat Asociația Berării României în cei 10 ani de la înființare.

The agricultural sector in Romania succeeded to prove in 2013 its real economic growth driver potential, which has been intensively discussed over the last years. Although we all felt it, we now have the concrete proof of the fact that agriculture is the main economic growth factor and represents the major economic opportunity of Romania.

A vital part of economic growth is the relation between the production sectors resulting in the added value of the agricultural raw materials after processing. From this point of view, I may say the beer industry is one of the best-in-class pupils of the Romanian economy, focusing on sourcing local agricultural inputs, cereals and hop, to be used in the brewing process. The beer industry already generates such multiplier effects within the national economy, as well as within the agricultural sector.

The synergy between the brewing sector and agricultural production is stronger if we were to take into account the fact that for each job created in the beer industry, another 2.5 jobs are generated in agriculture.

At the same time, according to the official data, tax evasion in the beer industry remains zero, thus generating a major contribution to the national budget.

The beer sector continues to be a driver of added value to agricultural products, by processing, which is a major objective for the entire agricultural production in Romania. Last but not least, 97% of the beer consumed by Romanians is brewed in Romania, which is a result of the fact that we produce good beer, mainly using high quality local ingredients.

Romanian beer has a successful story and I would like to salute the role played by the Brewers of Romania Association over the 10 years of existence.

Berea,

o băutură cu o istorie milenară

Beer, a beverage with a millennial history

E greu de spus dacă există sau nu o băutură cu o rețetă mai veche decât cea a berii. Descoperiri arheologice dovedesc prezența berii în viața de zi cu zi a locuitorilor Chinei anului 7.000 î.e.n, ai Egiptului Antic, dar și ai Imperiului Roman, celebra băutură parcurgând drumul sinuos al istoriei omenirii până în zilele noastre.

Un real liant social, berea a contribuit la buna dispoziție, fiind martorul cuvintelor și emoțiilor tuturor celor care au savurat-o de-a lungul veacurilor. Cu un spirit mereu voios și proaspăt, berea a avut constant darul să depășească barierele culturale și sociale, mai ales acolo unde alte strategii de comunicare au dat greș.

It is difficult to say whether there is a beverage with a recipe older than beer. Archeological findings prove the presence of beer in the daily life of the inhabitants of China in the year 7.000 b.Chr., the inhabitants of Ancient Egypt, and also within the Roman Empire. The popular beverage has traveled the winding path of humankind history until nowadays.

As a genuine social binder, beer has always raised the mood, being the witness of the words and emotions of those having enjoyed it over centuries. With an always cheerful and fresh spirit, beer has the vocation of helping others overcome cultural and social barriers, particularly where other communication strategies have failed.





Știați că:

1. Cea mai veche rețetă de fabricare a berii datează din anul 6.000 î.e.n. și a fost descifrată pe o plăcuță sumeriană făcută din argilă
2. Sumerienii foloseau berea și cu rol de monedă de schimb pentru a achiziționa grâne

Did you know:

1. The oldest beer recipe dates back from the year 6.000 b. Chr. and was deciphered on a Sumerian clay plate
2. Sumerians used beer as a trading coin to purchase grains.

Patru ingrediente naturale pentru un gust desăvârșit

Four natural ingredients for a great taste

Fabricată din ingrediente naturale - apă, cereale, hamei și drojdie -, rețeta berii a trecut cu naturalețe de la o epocă la alta, experimentând diverse gusturi, arome și purtând amprenta fiecărei generații de berari.

Procesul de fabricare a berii se bazează dintotdeauna pe un principiu foarte simplu: fermentarea naturală a zaharurilor și extracția cerealelor maltificate cu ajutorul apei fierbinți. Varietatea cerealelor pe care berarii o au la dispoziție, de la orz, porumb, ovăz sau secară, mai des întâlnite în Europa, la orez, care domină producția de bere din Asia, i-a determinat să experimenteze combinații cât mai diverse. Munca și fantezia lor s-a transformat astfel în acel gust unic, recognoscibil și totodată diferit al fiecărei mărci de bere.

Conduși de aceeași dorință de a oferi iubitorilor berii o varietate cât mai mare de gusturi, maeștrii berari au creat chiar noi sortimente, fie prin amestecuri de bere cu băuturi non-alcoolice, fie prin aromatizare, cu ajutorul sucurilor de fructe. Deși pe piața locală aceste sortimente sunt prezente de doar câțiva ani, românii le-au apreciat încă de la început, asimilându-le deja obiceiurilor de consum.

În lume, există în prezent peste 20.000 de mărci de bere produse în peste 180 de stiluri, în funcție de amestecul de cereale folosit, tipul de drojdie utilizat, procesarea ingredientelor principale și temperatura folosită în procesul de fermentație.

Beer is brewed from natural ingredients – water, cereals, malt and yeast, and its recipe was naturally passed forward over time, experiencing various tastes and flavors and bearing the mark of each generation of brewers.

The brewing process has always been based on a very simple principle: the natural fermentation of sugars and the extraction of malted grains with hot water. The variety of cereals that brewers use, from barley, corn, oat or rye, that are predominant in Europe, to rice, more common in the brewing process in Asia, determined them to try out more diverse mixes. Their work and fantasy thus transformed each time into that unique, recognizable and also different taste of each beer brand.

Driven by their desire to provide beer lovers with a broad variety of tastes, the master brewers have even created new varieties, whether by mixing beer with non-alcoholic beverages, or by flavoring the beer, with fruit juice. Despite that these beer brands have only been present for a few years on the local market, the Romanians have appreciated them from the very beginning, including them into their consumption habit.

There are currently over 20,000 beer brands worldwide manufactured in over 180 styles, depending on the used cereals mix, yeast type, processing of the main ingredients and temperature of the fermentation process.



Știați că:

1. Apa deține o pondere de peste 90% în compoziția berii
2. Berea are un conținut caloric scăzut, de doar 43 kcal la 100 ml, în varianta fără alcool având doar 18 kcal la 100 ml

Did you know:

1. Beer contains over 90% water
2. Beer has a low calorie content, of only 43kcal per 100 ml, non-alcoholic beer has only 18 kcal/ 100 ml



Bere, prietenie, distracție și momente de relaxare

Beer, friendship, fun and relaxation

Asociată peste tot în lume cu bucuria de a petrece momente plăcute în compania prietenilor și a familiei, berea se dovedește nelipsită din viața de zi cu zi a românilor. Fie că se relaxează pe o terasă sau că merg la strand după orele petrecute la birou, românii aleg să consume bere, completând astfel buna dispoziție de la finalul unei zile pline.

Preferința românilor pentru această băutură cu un spirit profund convivial a fost reflectată și prin intermediul unor studii derulate la nivelul întregii țări.

Astfel, s-a demonstrat că 82% din adulții români care consumă în mod frecvent bere și care obișnuiesc să se relaxeze după o zi de muncă pe o terasă, alături de prieteni, aleg să bea bere cu această ocazie. Totodată, 54% din consumatorii frecvenți de bere care obișnuiesc să se recreieze la finalul unei zile de muncă acasă, împreună cu familia, savurează un pahar de bere cu această ocazie.

În plus, 1 din 2 români consumatori de bere afirmă că aceasta nu îi lipsește din frigider, mai ales în timpul verii. Într-un clasament al produselor nelipsite din frigider vara, berea se situează chiar înaintea unui produs popular în timpul sezonului cald cum este înghețata.

Rezultatele studiului sunt reprezentative la nivel național pentru populația României cu vârsta peste 18 ani. Perioada în care s-a derulat studiul a fost mai – iunie 2012, pe un eșantion de 1.024 persoane, bărbați și femei, cu vârsta peste 18 ani.

Associated all over the world with the joy of spending pleasant moments with friends and family, beer is always present in the day to day life of Romanians. Whether they relax after the time spent at the office in a garden or pool, the Romanians choose to drink beer, thus ending a busy day in good mood.

The Romanians' choice for this beverage carrying a profoundly convivial spirit was also revealed by several national market research studies.

Thus, 82% of the Romanian adults who frequently consume beer and who have the habit to relax after a working day in a pub with their friends choose to drink beer for this occasion. Also, 54% of the frequent beer consumers with a habit to relax at the end of a working day at home, with the family, also enjoy a glass of beer.

In addition, 1 in 2 Romanian beer consumers states that there is always beer in the fridge, especially during summer. Beer also outranks a popular product during the hot season, such as ice-cream, among the food products that do not miss from the fridge in the summer.

The results of the study are representative at a national level for the population of Romania over 18 years of age. The time span within which the study was carried out was May – June 2012, on a sample of 1.024 persons, men and women, over 18 years old.

Un consum moderat de bere pentru starea de bine a organismului

Moderate beer consumption for wellbeing

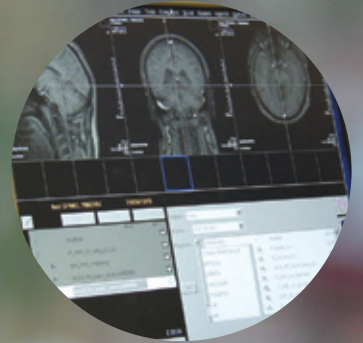
Savurată de milioane de consumatori din întreaga lume, berea este apreciată deopotrivă pentru gustul său desăvârșit, spiritul convivial și efectele benefice pe care le poate avea asupra organismului.

Capacitatea berii de a influența starea de bine a organismului a suscitat de-a lungul timpului interesul multor generații de cercetători, de pe toate meridianele. Pornind de la ipoteze care aparțineau mai degrabă culturii populare, studiile derulate de aceștia au reușit să le confirme rând pe rând, oferind astfel lumii medicale, dar și iubitorilor berii, informații extrem de valoroase privind consumul acestei băuturi.

Datorate în special ingredientelor sale 100% naturale și conținutului său redus de alcool, beneficiile dovedite ale consumului moderat de bere sunt numeroase. Printre acestea se numără: reducerea riscului de apariție a bolilor cardiovasculare, a pietrelor la rinichi, a osteoporozei sau a ulcerului, dar și a diabetului de tip II. Pe lângă efectul său răcoritor, berea are capacitatea de a reduce senzația de sete și poate rehidrata organismul după depunerea de efort fizic. Mai mult, ingredientele sale naturale transformă berea într-o reală sursă de antioxidanți, vitamine de tip B, fibre și siliciu, iar conținutul său caloric scăzut, de doar 100 kcal la un pahar de bere, îi asigură un binemeritat loc în cadrul unui stil de viață sănătos.

Marcând o premieră pentru România, anul trecut a fost lansat primul studiu privind consumul moderat de bere realizat de cercetători din țara noastră.

„Mă bucur că la scurt timp de la înființarea Centrului de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție, am reușit să ne atingem cel mai important obiectiv: derularea și lansarea în România de studii originale privind efectele consumului moderat de bere. Astfel, în luna iulie 2013, am făcut public primul studiu de acest tip. Cu o temă nouă pentru literatura de specialitate, studiul a revelat informații noi și interesante asociate berii: un consum moderat de bere poate îmbunătăți memoria și nivelul de atenție. Este un prim studiu valoros nu doar din perspectiva modului în care s-a derulat și s-a finalizat, dar și pentru că ne dă încredere să continuăm să oferim tinerilor români posibilitatea să își pună în practică pasiunea pentru cercetare”, Corina-Aurelia Zugravu, Președinte Centrul de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție



Being enjoyed by millions of consumers all over the world, beer is equally appreciated for its flawless taste, convivial spirit and positive effects it may have on the body.

The ability of beer to influence wellbeing arose over time the interest of many generations of researchers, across the world. Starting from rather lay assumptions, the studies succeeded to gradually confirm these hypotheses, thus providing the medical world, and also the beer consumers with extremely valuable information regarding the consumption of this beverage.

Due to its 100% natural ingredients and also to its reduced alcohol content, the proven benefits of moderate beer consumption are countless: lower risk of cardiovascular disease, kidney stones, osteoporosis or ulcer, and also type II diabetes. Along with its refreshing effect, beer also has the capacity to quench thirst and rehydrate the body after physical effort. In addition, its natural ingredients turn beer into a valid source of antioxidants, vitamins B, fibers and silicon, while its low calorie content, of only 100 kcal in a

glass of beer, ensures its well-deserved place in a healthy life style. To mark a first in Romania, last year was launched the first study on moderate beer consumption conducted by researchers in our country.

"I am happy that shortly after founding the Research Center on Beer, Health and Nutrition, we succeeded to achieve the most important goal: to develop and launch original studies in Romania regarding the effects of moderate beer consumption. Thus, in July 2013, we published the first study of this kind. Addressing a topic new for the relevant literature, the study revealed new and interesting information in connection to beer: moderate beer consumption may improve memory and attention level. It is a first valuable study not only from the perspective of how it was conducted and completed, but also for reassuring us to carry on and provide the young Romanian people with the possibility to put into practice their passion for research", Corina-Aurelia Zugravu, President of the Research Center on Beer, Health and Nutrition



Știați că:

1. În 2013, sub egida *Centrului de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție*, a fost lansat primul studiu realizat de cercetători români privind efectele consumului moderat de bere
2. Sesiunile de depunere a proiectelor de cercetare pe tema efectelor consumului moderat de bere derulate sub egida CSBSN au loc în fiecare an, acum aflându-se la cea de-a treia ediție

Did you know:

1. In 2013, under the aegis of the *Research Center on Beer, Health and Nutrition*, was launched the first study conducted by Romanian researchers on the effects of moderate beer consumption
2. CSBSN organizes sessions for the submission of research projects on the effects of moderate beer consumption every year, this year marking the third edition

Responsabilitatea socială, o prioritate a Berarilor României

Grija față de comunitatea în care își desfășoară activitatea a reprezentat o prioritate permanentă a Asociației Berarii României în toți cei zece ani de activitate.

De la elaborarea de standarde ale comunicării comerciale și campanii de informare și educare ce au vizat diferite categorii de public, la susținerea managementului integrat al deșeurilor prin intermediul colectării selective, ca soluție viabilă pentru protejarea mediului pe termen lung, activitățile Asociației au avut constant un numitor comun: responsabilitatea.

Comunicarea comercială responsabilă la nivelul sectorului a canalizat importante eforturi din partea organizației. Astfel, prin elaborarea *Codului de Comunicare Comercială Responsabilă privind Berea*, industria berii a devenit prima industrie de la noi din țară care s-a autoreglementat. Codul, adoptat în 2005, stabilește o serie de reguli în ceea ce privește comunicarea comercială a tuturor membrilor Asociației, concentrându-se în special în direcția încurajării unui consum responsabil de bere și orientării mesajului publicitar exclusiv către persoane cu vârsta peste 18 ani. Membră a Consiliului Director al RAC (Romanian Advertising Council), Asociația Berarii României a dat astfel un exemplu de bune practici la nivelul întregului mediu românesc de afaceri. Ca o dovadă în acest sens, *Codul de Comunicare Comercială* este și în prezent anexă a *Codului de Practică în Publicitate al RAC*.

Cu scopul evident de a-i face pe consumatori să fie conștienți de momentul în care, în timpul consumului, se opresc beneficiile și încep riscurile, Asociația Berarii României, în completarea eforturilor membrilor săi, derulează campanii de informare. Alături de parteneri instituționali, Asociația Berarii României s-a concentrat de-a lungul timpului pe atenta informare a unor anumite publicuri țintă privind consumul responsabil de băuturi alcoolice. Împreună cu Inspectoratul General al Poliției Române și Ministerului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, Asociația Berarii României a derulat campania Alcoolul nu te face mare! ce a avut drept obiectiv promovarea unei schimbări efective de comportament în ceea ce privește consumul băuturilor alcoolice în rândul adolescenților români. Campaniia a fost lansată ca program pilot în București, în 2006, și a fost derulată până în anul 2010 în alte nouă orașe din țară. Campaniia s-a bucurat de o precie internațională, fiind menționată ca un exemplu de bune practici, în cadrul Alcohol and Health Forum.

Încă din 2008 și până în prezent, împreună cu Inspectoratul General al Poliției Române și Consiliul Național al Audiovizualului, Asociația derulează campania *Cedează volanul când bei!*. Campaniia și-a propus să îi informeze pe conducătorii auto români în legătură cu pericolele la care se expun în cazul în care se urcă la volan după ce au consumat băuturi alcoolice. Mai mult, toți cei care doresc să fie informați privind consecințele consumului de băuturi alcoolice pot accesa secțiunea "Savurează responsabil", de pe site-ul Asociației.

Social responsibility, a priority for the Romanian Brewers

The care for the community where it operates has been a constant priority of the Brewers of Romania Association throughout the ten years of activity.

From setting out standards for commercial communication, information and education campaigns targeting various public categories, to supporting the integrated management of waste through selective collection, as a viable solution to protect the environment on the long term, the Association's activities have been constantly driven by a common principle: responsibility.

Responsible commercial communication within the sector required major efforts from the organization. With the development of the *Code on Responsible Commercial Communication on Beer*, the beer industry thus became the first industry in our country to self-regulate. The Code, adopted in 2005, sets out a series of rules regarding the commercial communication of all members of the Association, focusing mainly on encouraging responsible beer consumption and targeting the advertising messages exclusively to persons over 18 years old. As a member of the Managing Board of RAC (Romanian Advertising Council), the Brewers of Romania Association sets a best practice example within the entire Romanian business environment. For this purpose, the *Code of Commercial Communication* is enclosed as an Annex to RAC's *Code of Advertising Practice*.

With the obvious purpose of raising awareness among consumers with regard to the borderline between benefits and risks, the Brewers of Romania Association rolls out campaigns so as to complete the efforts of its members. Together with its institutional partners, the Brewers of Romania Association focused throughout time on intensively informing certain target groups on the responsible consumption of alcoholic beverages. Supported by the General Inspectorate of the Romanian Police Department and the Ministry of Education, Research, Youth and Sports, the Brewers of Romania Association rolled out the campaign *Alcoolul nu te face mare!* (Alcohol does not make you big!) aiming at promoting an effective change of behavior with regard to the consumption of alcoholic beverages among Romanian teenagers. The campaign was launched as a pilot program in Bucharest, in 2006, and continued until 2010 in nine other cities in the country. It enjoyed international recognition, being referred to as an example of best practice during the Alcohol and Health Forum.

Since 2008, the Association has worked in partnership with the General Inspectorate of Romanian Police and the National Audiovisual Council in implementing the campaign *Cedează volanul când bei!* (Do not drink and drive!), with a main objective of raising awareness among Romanian drivers on the dangers of driving after having consumed alcoholic beverages. Moreover, all persons wishing to get informed on the consequences of consuming alcoholic beverages can access the section "Savurează responsabil", on the Association's website.

Sectorul berii, un factor cheie de creștere economică

The beer sector, a key economic growth driver

Economii moderne au înțeles că identificarea acelor sectoare industriale cu potențial de dezvoltare reprezintă elementul cheie în trasarea strategiilor orientate spre obținerea bunăstării națiunilor.

Contextul european actual atribuie sectorului berii un rol activ în generarea creșterii economice și crearea a peste 2 milioane de locuri de muncă. Parte a unui complex lanț de interdependențe



sectoriale – de la sectorul agricol la turism –, evoluția producției de bere își pune amprenta asupra nivelului de performanță înregistrat pe întreg lanțul de fabricare și comercializare a produsului. România este parte a acestei filozofii economice, în care sectorul berii își demonstrează în mod constant efectul de multiplicare la nivelul economiei locale. Astfel, de la importante contribuții la bugetul de stat, la valoarea adăugată generată în diverse sectoare de activitate conexe, producătorii de bere din România reprezintă un stimul real pentru economia țării noastre.



Peste 97% din berea consumată de români este produsă local

Over 97% of the beer consumed by Romanians is produced locally, in the country

Mai mult, din grijă pentru fiecare consumator român, având o înțelegere exactă privind rolul pe care companiile îl au în economiile moderne și reflectând un set de valori comune, membrii Asociației Berarii României și-au asumat cu mândrie rolul de parteneri ai autorităților române în stimularea creșterii economice.

Modern economies have understood that identifying the industrial sectors with high development potential is the key element in developing strategies that ensure the welfare of nations.

The current European context assigns an active role to the beer sector in generating economic growth and creating over 2 million jobs. Being part of a complex chain of sectorial interdependent relations – from the agricultural sector to tourism – the evolution of beer production influences the level of performance registered within the entire production and marketing chain of the product. Romania is part of this economic philosophy, in which the beer sector constantly reveals its multiplier effect on the local economy. Therefore, from important contributions to the state budget, to the added value generated in various related activity sectors, the brewers in Romania represent a true stimulus for our country's economy.

Moreover, out of concern for each and every consumer, and with a precise understanding of the role companies have to play



4% din cele 2 milioane de locuri de muncă generate de sectorul berii la nivelul întregii Europe sunt în România
Out of the 2 million people having a job in the European beer industry, 4% are Romanians

within modern economies and mirroring a set of shared values, the members of the Brewers of Romania Association have proudly committed to a partnership with the Romanian authorities for the purpose of fostering economic growth.

Beer sector in Romania

The high level of investments, reaching 1.25 billion up to now, a local production representing over 97% of the amount of beer consumed by Romanians and zero tax evasion in the production area of this popular beverage are three major factors successfully placing the beer industry among the key economic sectors for the development of Romania.

The beer sector is undoubtedly a driver of added value and jobs for more than one sector of the local economy, directly or indi-

Sectorul berii din România

Nivelul ridicat de investiții, ce a depășit 1.25 miliarde până în prezent, o producție locală care reprezintă peste 97% din berea consumată de români și zero evaziune fiscală în zona de producție a acestei iubite băuturi sunt cele trei coordonate care plasează cu succes industria berii în rândul sectoarelor economice cheie pentru dezvoltarea României.

Sectorul berii este incontestabil un factor generator de valoare adăugată și locuri de muncă la nivelul mai multor sectoare ale economiei locale, direct sau indirect legate de producția berii. Agricultură, transporturile, utilitățile, industria echipamentelor, industria media și de advertising, precum și cea producătoare de ambalaje sau industria ospitalității sunt acele domenii de activitate asupra cărora sectorul berii are un impact economic important.

România ocupă locul opt în Europa din punct de vedere al producției de bere, cu un nivel similar cu Cehia și Belgia, țări cu tradiție îndelungată. Sectorului berii din România îi corespund în prezent 4% din cele 2 milioane de locuri de muncă generate de sectorul berii la nivelul întregii Europe. Mai mult, la nivelul anului 2012, România se număra printre singurele trei țări din Europa, alături de Marea Britanie și Letonia, care aduceau bugetelor naționale venituri mai mari cu peste 10% decât în 2010.

Producția de bere din România raportată la nivel european reprezintă aproape 4,5% din total, având cel mai mic nivel al importurilor din Uniunea Europeană.



România ocupă locul opt în Europa din punct de vedere al producției de bere, similar cu Cehia și Belgia

Romania ranks 8th in Europe in terms of beer production, almost the same as the Czech Republic or Belgium

Contribuții importante la bugetul de stat, mult peste media europeană

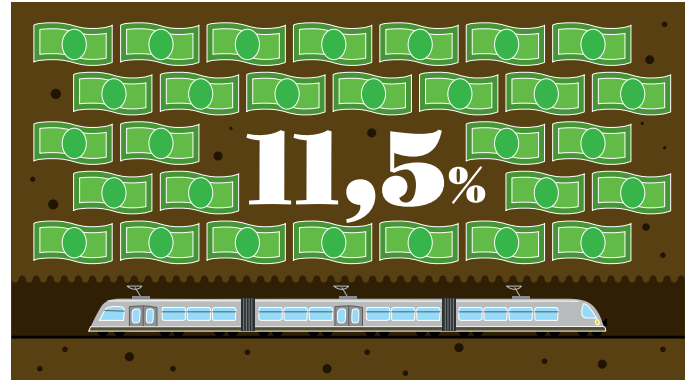
Veniturile la bugetul de stat provenite din acciza la bere înregistrează o pondere de aproximativ 60% din totalul valorii colectate pentru întreaga categorie de produse cu alcool accizabile, în timp ce media europeană este de aproximativ 30%.

Doar creșterea organică a pieței poate genera venituri mai mari la bugetul de stat, nu presiunea fiscală

La nivelul anului 2012, veniturile virate la bugetul statului din acciză, TVA și contribuții salariale au fost estimate la 727 milioane Euro. Având în vedere creșterea organică a pieței înregistrată în 2012, contribuția sectorului berii la bugetul de stat a fost cu 11,5% peste cea înregistrată în 2010.

directly connected to the brewing process. Agriculture, transport, utilities, equipment, media and advertising, as well as the packaging or hospitality industry are activity areas on which the beer sector has a major economic impact.

Romania occupies the eighth position in Europe in terms of beer production, registering a similar level with the Czech Republic and Belgium, countries with a long lasting tradition. The beer sector in Romania accounts for 4% of the 2 million jobs generated within the beer sector throughout Europe. In addition, in 2012, Romania counted among the only three countries in Europe, along with UK and Latvia, generating income higher than



În lipsa presiunii fiscale, contribuția sectorului berii la bugetul de stat a crescut în 2012 cu 11,5% față de 2010

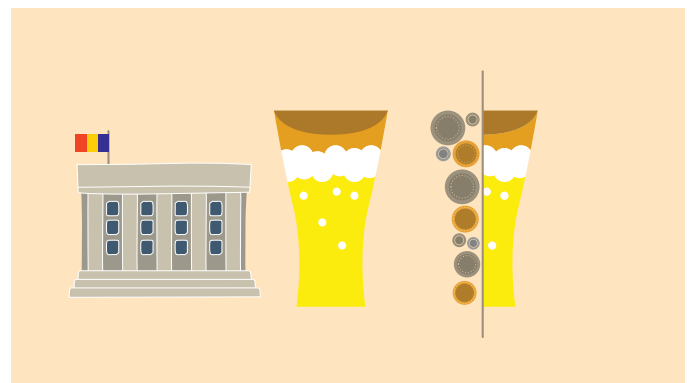
Without fiscal pressure, the sector's contribution to the state budget increased by 11.5% in 2012 versus 2010

10% to the state budget as opposed to 2010.

Beer production in Romania represents close to 4.5% of the total amount of beer produced in Europe, having the lowest level of import within the European Union.

Major contributions to the state budget, above the European average

The budgetary revenues from beer excises account for approximately 60% of the total value collected for the entire excisable alcoholic products category, while the European average is 30%.



Din cauza nenumăratelor creșteri de taxe din ultimii ani, aproape jumătate din prețul unei beri este virat în prezent la bugetul statului.

Because of the multiple tax increases over the past few years, almost half of the beer price is currently paid to the state budget

Only an organic increase of the market and not fiscal burden can generate higher budgetary revenues

For 2012, the budgetary revenues collected from excises, VAT and payroll taxes have been estimated to 727 million Euros. Considering the organic growth of the market in 2012, the con-

Creșterea nivelului accizei nu conduce la creșterea veniturilor colectate la bugetul de stat

Lipsa unei presiuni fiscale în anii 2011 și 2012 a permis pieței berii de la noi din țară să se dezvolte organic, fapt ce s-a făcut simțit inclusiv prin sporirea veniturilor din acciză colectate la bugetul de stat care au fost cu 8,4% mai mari decât cele din 2010.

Sectorul berii generează, direct și indirect, 76.700 de locuri de muncă la nivelul economiei României

În lipsa presiunii fiscale la nivelul anului 2012, sectorul local al berii a generat direct și indirect 700 noi locuri de muncă în 2012 față de 2010, numărul total ajungând la 76.700. Numărul locurilor de muncă generat în 2012 este însă departe de cel înregistrat la nivelul anului 2008, când piața berii își atingea apogeul, cu un volum al producției de 20.2 milioane hl. La vremea respectivă, sectorul berii genera, direct și indirect, aproape 90.000 locuri de muncă, cu 15% mai mult decât în prezent.



Sectorul berii, un stimul important al economiei României

Datorită stabilizării pieței și lipsei presiunii fiscale, în 2012 valoarea adăugată generată de sectorul berii a crescut cu 12% comparativ cu 2010. Creșterea a fost resimțită în special la nivelul lanțului de furnizori, valoarea adăugată corespunzătoare fiind de 220 milioane Euro din totalul de 571 milioane Euro. Față de anul 2008 însă, valoarea adăugată a scăzut cu 19% în 2010.

Orice impact asupra industriei berii se transferă asupra ramurilor conexe, cu influențe corespunzătoare asupra bunurilor înglobate și furnizorilor de servicii.

În contextul crizei financiare, reducerea cu 15% în anul 2010 a numărului locurilor de muncă legate direct și indirect de producția de bere față de numărul din 2008, a dus la scăderea cu 35% a valorii adăugate pe care acestea o generau față de cea atinsă în anul 2008, de 780 milioane euro.

(Sursa: Studiul "The Contribution made by Beer to the European Economy", realizat de EY, edițiile 2011 și 2013)

tribution of the beer sector to the state budget was 9% higher than in 2010.

Increase of the excise level does not lead to an increase in budgetary revenues

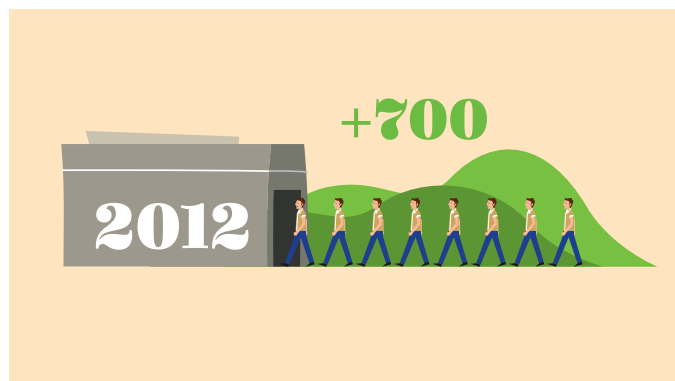
The lack of fiscal pressures in 2011 and 2012 enabled the beer market in our country to develop organically, which was reflected also in the increase in budgetary revenues by 8.4% compared to 2010.

The beer sector generates 76,700 direct and indirect jobs within the Romanian economy

Without a fiscal pressure in 2012, the local beer sector generated 700 new direct and indirect jobs in the same year as opposed to 2010, with a total number amounting to 76,700. However, the number of jobs generated in 2012 is far from that registered in 2008, when the beer market was at its climax, with a production volume of 20.2 million hl. At that time, the beer sector was generating, directly and indirectly, almost 90,000 jobs, 15% more than today.

The beer sector, a major economic driver in Romania

In 2012, the added value generated by the beer sector increased by 12% as opposed to 2010 due to a market stabilization and absence of fiscal pressure. The increase was mainly felt within the supply chain, as the added value was 220 million Euros out of a total 571 million Euros. As opposed to 2008, however, the added value dropped by 19% in 2010.



Lipsa presiunii fiscale a generat direct și indirect 700 noi locuri de muncă în 2012 față de 2010

In the absence of tax increases, 700 new jobs were created for Romanians due to beer

Every impact on the beer industry passes over to related sectors, influencing the integrated assets and service providers.

In the context of the financial crisis, the 20% downsize in the number of jobs directly and indirectly connected to beer production compared to 2008, led to a decrease of 35% of the added value they generated as opposed to the added value achieved in 2008, of 780 million Euros.

(Source: the study "The Contribution made by Beer to the European Economy", by EY, 2011 and 2013 editions)



Cea mai iubită băutură a românilor a umplut mai puține pahare în 2013

În ciuda eforturilor producătorilor locali de a menține trendul pozitiv înregistrat în 2012, piața berii s-a contractat semnificativ anul trecut. Nivelul scăzut al veniturilor consumatorilor și neîncrederea lor în starea economiei, presiunea fiscală și vremea nefavorabilă din vară au reprezentat factorii cheie care au condus la declinul pieței berii în 2013.

Astfel, consumul de bere a înregistrat o contracție de peste 10% comparativ cu 2012, atingând un volum de doar 16,3 milioane hl. În ceea ce privește nivelul consumului pe cap de locuitor, în 2013 acesta a atins valoarea de 81 litri.

Orientați spre menținerea standardelor de calitate în producerea berii, eforturile investiționale ale membrilor Asociației au fost constante de-a lungul timpului, depășind până în prezent 1.25 miliarde Euro. Contractia pieței de bere din 2013 a condus la o scădere cu 10 milioane Euro a bugetelor investite, acestea ajungând la 62 milioane Euro.

O analiză realizată de compania de consultanță A.T. Kearney s-a concentrat pe evaluarea efectelor creșterii accizei la începutul lui 2013 asupra veniturilor la buget colectate de pe piața berii. Astfel, creșterea accizei la bere se estimează că a condus la o diminuare cu 155 milioane lei a încasărilor bugetare din acciză și TVA pentru bere, comparativ cu varianta în care acciza ar fi rămas la nivelul anului precedent.

Preferințele consumatorilor în ceea ce privește tipul de ambalaj pentru bere au avut doar mici fluctuații față de valorile înregistrate în 2012, acestea fiind pentru PET – 53,2% (+0,7% pp față de anul precedent), sticlă – 26,3% (- 1,9% pp față de anul precedent), doză – 17,1% (+1,3% pp față de anul precedent) și halbă – 3,4% (-0,1% pp față de anul precedent).

În 2013, exporturile de bere au continuat să crească într-o măsură mai mare decât importurile.

Cu 50% mai mare decât în 2012, volumul exporturilor a atins 0,35 milioane hl. Importurile au crescut doar cu 25%, situându-se la 0,54 milioane hl anul trecut.

Cele cinci companii membre ale Asociației asigură un număr de peste 4.000 de locuri de muncă în cadrul celor unsprezece fabrici de bere, dintre care două microberării. Unitățile de producție ale membrilor Asociației sunt situate în Ploiești, Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc, Târgu-Mureș, Pantelimon, Timișoara, Buzău, Brașov, iar cele două microberării sunt situate în Cluj-Napoca și Timișoara.

Companiile producătoare de materii prime membre ale Asociației, Soufflet Malt România și Asociația Producătorilor de Hamei din România, completează eforturile de promovare a culturii berii în România. Cei doi producători de materie primă își desfășoară activitățile în nouă fabrici și ferme, asigurând astfel un număr de peste 100 de locuri de muncă și contribuind la bugetul de stat de peste 8 milioane de euro.

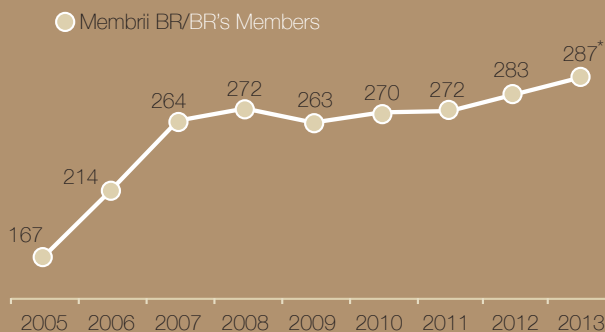
În 2014, rolul cheie în revenirea pieței berii pe un trend pozitiv revine autorităților române. După declinul accentuat de anul trecut, asigurarea predictibilității fiscale și tratamentul fiscal echitabil în categoria băuturilor fermentate trebuie să devină priorități ale autorităților române. Având ca reper concluziile experiențelor din 2013, guvernul României trebuie să aplice măsuri care să impulsioneze dezvoltarea acestui sector, în beneficiul românilor.

Consum pe cap de locuitor/ Consumption per capita



Milioane de hl/ Million hl

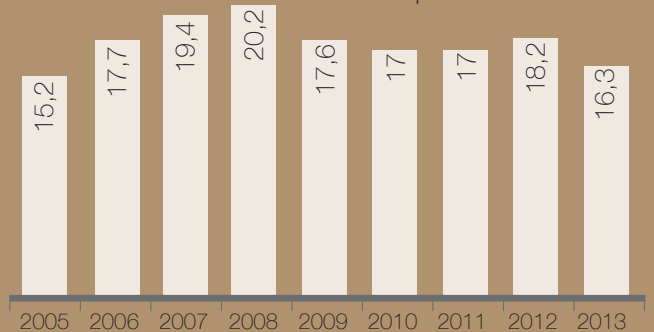
Contribuții la bugetul de stat/ State budget contribution



Milioane euro/ Million euros

* Exclusiv Bergenbier SA, HEINEKEN Romania SA, Ursus Breweries și URBB/
Exclusively Bergenbier SA, HEINEKEN Romania SA, Ursus Breweries and URBB

● Piața Berii/Beer Market



Milioane de hl/ Million hl

Surse: Indexul Nielsen de retail pentru categoria bere, Total Romania, incluzând HoReCa. Perioada: 2013. Copyright © 2014, The Nielsen Company, Institutul Național de Statistică și Asociația Berarii României/
Sources: Nielsen retail index for beer category, Total Romania, including Horeca. Period: 2013 Copyright © 2014, The Nielsen Company, National Institute of Statistics and Brewers of Romania Association

Romanians' most loved beverage filled fewer glasses in 2013

Despite the local brewers' efforts to maintain the positive trend registered in 2012, the beer market contracted significantly last year. The consumers' low incomes and lack of trust in the state of the economy, the fiscal pressures and the unfavorable weather during summer were the key factors leading to the decline of the beer market in 2013.

Thus, beer consumption contracted by over 10% compared to 2012, reaching only 16.3 million hl in volume. In terms of the level of consumption per capita, it amounted to 81 liters in 2013.

Due to their will to maintain high quality production levels, the efforts of the members of the Association were constant throughout the time, having invested over 1.25 billion Euro. The beer market contraction in 2013 led to a 10 million Euro decrease of the investment budgets, which reached 62 million Euro.

An analysis conducted by the consulting firm A.T. Kearney has focused on assessing the effects on budget revenues collected from the beer market of early 2013 excise increase. Thus, increased excise duty on beer is expected to lead to budget revenues from beer excise and VAT with 155 million lei lower, compared to the other scenario: the excise duty would have kept the same level as the previous year.

Consumers' preferences for the type of beer packaging registered only small fluctuations as compared to 2012, as follows: PET – 53.2% (+0.7% pp vs. last year), glass – 26.3% (- 1.9% pp vs. last year), can – 17.1% (+1.3% pp vs. last year) and draught – 3.4% (-0.1% pp vs. last year).

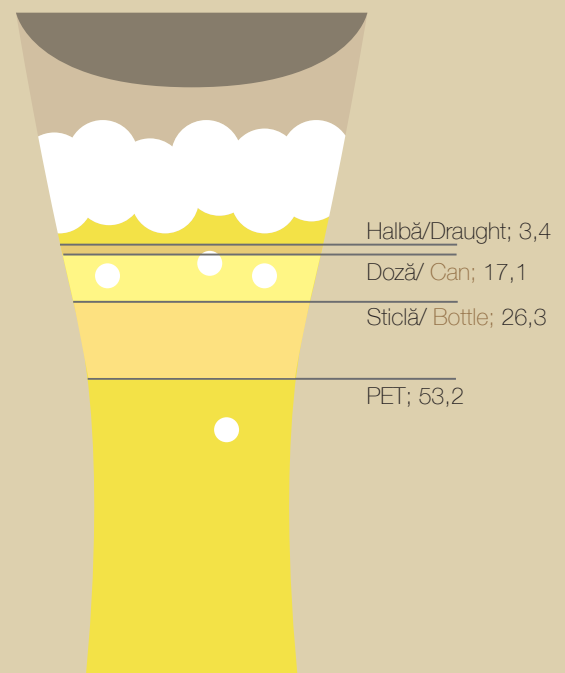
Beer exports continued to grow in 2013 more than the imports. Being 50% higher than in 2012, the export volume reached 0.35 million hectoliters. The imports increased only by 25%, reaching 0.54 million hectoliters in 2012.

The five companies member of the Association provide over 4,000 jobs in eleven breweries, two of which are micro-breweries. The production units of the Association members are present in: Ploiești, Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc, Târgu-Mureș, Pantelimon, Timișoara, Buzău, Brașov; the two mic-breweries are located in Cluj-Napoca and Timișoara.

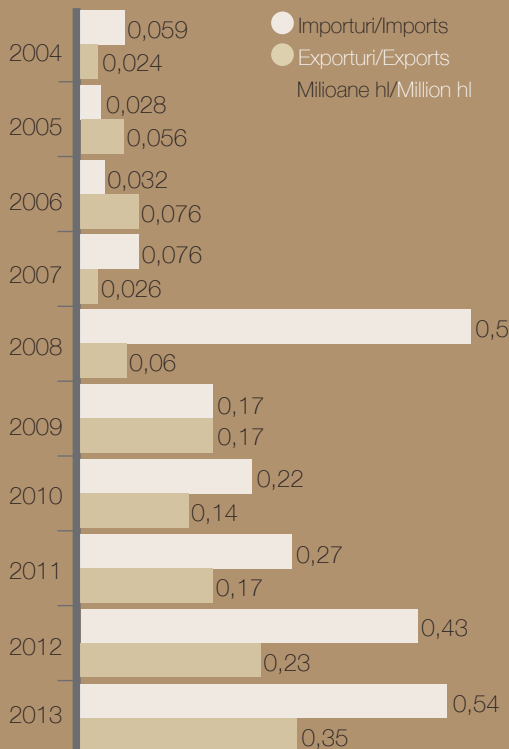
Soufflet Malt România and the Association of Hops Producers in Romania are raw material producers and also members of the Association, contributing to the efforts of promoting beer culture in Romania. The two raw materials producers carry out their activity through nine factories and farms, thus providing over 100 jobs and contributing over 8 million euro to the state budget.

In 2014, it is for the Romanian authorities to play a key role in the beer market returning to a positive trend. After the marked decline registered last year, ensuring fiscal predictability and fair fiscal treatment in the category of fermented drinks have to become priorities for the Romanian authorities. Based on the experience in 2013, the Romanian government should apply measures that foster the development of this sector, to the benefit of the Romanians.

Vânzările pe tripuri de ambalaje/ Beer sales by type of packaging



Importuri/Exporturi Imports/Exports



Surse: Institutul Național de Statistică și Asociația Berării României/
Sources: National Institute of Statistics and Brewers of Romania Association

Bergenbier

A MOLSON COORS COMPANY



S.A.



**Ingrediente atent alese și multă pasiune pentru bere.
În fiecare bere.**

O bere adevărată se bea cu măsură.

Bergembier S.A.

Parte a grupului canadian Molson Coors, unul dintre primii berari ai lumii, compania Bergembier S.A. a fost fondată în 1994, iar cea mai importantă marcă din portofoliul său, Bergembier, a fost lansată un an mai târziu. Astăzi, Bergembier S.A. este una dintre primele 3 companii producătoare de bere din România, având aproximativ 700 de angajați, o fabrică modernă la Ploiești și o rețea performantă de distribuție națională. Portofoliul companiei cuprinde mărci care acoperă toate segmentele pieței. Pe lângă berile proprii, produse în fabrica Bergembier, compania importă două specialități belgiene celebre: Leffe și Hoegaarden.

Bergembier a fost prima bere din segmentul mainstream distribuită la nivel național și prima bere din segment care a lansat un sortiment de bere fără alcool. Dedicat inovației, Bergembier a lansat în 2011 primul mix de bere cu suc de lămâie din segment - Bergembier Fresh Lemon și prima bere cu suc de grapefruit din România, în 2013- Bergembier Fresh Grapefruit. Apropiat de consumatorii săi pe care îi tratează mereu ca pe niște prieteni, Bergembier le-a oferit de-a lungul timpului evenimente și experiențe extraordinare. De la primul parteneriat cu fotbalul din România, la Ziua Bărbatului, concertele din cadrul Zilelor Prieteniei Bergembier și, în 2014, provocarea numită Cupa Prieteniei Bergembier la fotbal, Bergembier a știut dintotdeauna să vorbească despre adevăratele valori ale prieteniei.

Printre mărcile produse de fabrica Bergembier se numără și trei branduri puternice, internaționale. **Stella Artois** este o bere super-premium produsă în România încă din 1997 după o rețetă belgiană străveche. În 2003, România a fost prima țară din Europa, după țara de origine, care a obținut licența de a produce local **Becks**, cea mai bine vândută bere germană din lume, acest lucru demonstrând priceperea berarilor români de la fabrica Bergembier. **Staropramen**, berea pragheză numărul 1 în lume, a fost lansată în România în 2011, fiind poziționată în segmentul core-premium. **Noroc** este o bere populară, românească, cu gust plin și bogat, ce completează fericit orice masă în familie sau cu prietenii.

Pe lângă inovație și preocuparea constantă pentru calitate, compania Bergembier susține activ un **consum responsabil de alcool**, fiind prima companie care a inițiat un program de luptă împotriva vânzării de alcool minorilor „Respect 18”. În 2012 și 2013 a realizat împreună cu Direcția Rutieră a Inspectoratului General de Poliție o campanie de încurajare a șoferilor responsabili care decid să nu consume bauturi alcoolice pentru a-i conduce pe prietenii în siguranța numită „Prietenul la volan se cunoaște”.

Totodată, compania acordă o importanță sporită **protecției mediului înconjurător**, implicându-se activ în campanii de colectare selectivă a deșeurilor și investind constant în tehnologii moderne care reduc consumul de energie și diminuează cantitatea de deșeurii produse.

Part of Molson Coors, one of the world's top 5 brewers, Bergembier S.A. company was founded in 1994, and its most prominent brand, Bergembier, was launched one year later.

Today, Bergembier S.A. is among the top 3 beer producers in Romania, has approximately 700 employees, a modern production plant in Ploiesti and a national distribution network.

The company's portfolio includes brands that cover all market segments. Besides its own brands, produced at the Bergembier factory, the company distributes 2 Belgian specialty beers: Leffe and Hoegaarden.

Bergembier was the first mainstream beer to be distributed nationwide and the first in its segment that launched a non-alcoholic version. Dedicated to innovation, Bergembier was the first in its segment that launched a beer mix with lemon juice - Bergembier Fresh Lemon - in 2011- and a beer mix with grapefruit juice, Bergembier Fresh Grapefruit - in 2013. Close to its consumers that are treated as friends, Bergembier offered them along the years, extraordinary events and experiences. From the first partnership with Romanian football, to Man's Day or the concerts of Friendship Days Bergembier and, in 2014, the challenge called Friendship Cup, Bergembier always knew how to talk about the true values of friendship.

Among the brands produced by the Bergembier factory there are 3 international strong brands. **Stella Artois** is a super-premium beer produced in Romania since 1997, following an ancient Belgian recipe. In 2003, Romania was the first country in Europe, after the origin country, that was allowed to produce locally Germany's best selling beer - **Beck's**. The license obtained by the Bergembier brewers demonstrates their fine brewing skills. **Staropramen**, Prague's number 1 beer, was launched in Romania in 2011, positioned in the core-premium segment. **Noroc** is a popular beer with rich, full taste, that goes great with any dinner with friends or family.

Besides innovation and constant concern for quality, Bergembier company is an active supporter of **responsible drinking programs**, being the first Romanian brewer that launched a campaign which fights against selling alcohol to minors "Respect 18". In 2012 and 2013 the company partnered with Romanian Road Police and developed a program meant to encourage the responsible drivers that choose not to drink in order to take their friends back home safely, called "A friend at wheel is a friend for real".

Moreover, the company pays great attention to **environmental protection**, through selective waste collection programs and investing in modern technologies which reduce waste and energy.

HEINEKEN



HEINEKEN România recomandă consumul responsabil de bere.

HEINEKEN Romania, parte din familia HEINEKEN

HEINEKEN Romania, a proud member of the HEINEKEN family

HEINEKEN: un producător de bere global,
de 150 de ani

HEINEKEN este o companie de familie, care s-a dezvoltat de-a lungul timpului și are o istorie de 150 de ani.

Cultura și modul de lucru HEINEKEN s-au răspândit în întreaga lume. Acum, compania operează în peste 70 de țări, prin 165 de fabrici de bere și o rețea de distribuție globală. Peste 85.000 de angajați dau viață celor 250 de beri de calitate din portofoliul companiei, care sunt consumate în 178 de țări. În termeni de volum, HEINEKEN este cel mai mare producător de bere din Europa și al treilea din lume.

HEINEKEN Romania

HEINEKEN Romania este în România din 1997, purtând inițial numele de Brau Union. În 2003, Brau Union devine parte a Grupului HEINEKEN. În prezent, HEINEKEN Romania este liderul pieței de bere din România și are 4 fabrici situate în Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc și Târgu Mureș și peste 1.100 angajați.

HEINEKEN Romania are un portofoliu de mărci puternic și diversificat, acoperind toate segmentele pieței: Heineken®, Desperados, Ciuc Premium, Silva, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, precum și alte mărci de bere locale și de import.

Brewing a Better Future

Ghidată de agenda de Sustenabilitate, HEINEKEN își propune să devină cel mai verde producător de bere până în 2020. Pentru a atinge acest obiectiv compania își stabilește în fiecare an țărgete ambițioase, obținând până în prezent rezultate bune în toate arile, de la fabricarea berii până la distribuție. HEINEKEN România promovează consumul responsabil și împreună cu partenerul său, ALIAT, oferă soluții de a reduce consumul abuziv de alcool. În plus, compania acordă o mare atenție comunităților în care își desfășoară activitatea, investind până în prezent peste 1.000.000 RON prin programul HEINEKEN pentru Comunități.

Pentru mai multe informații vă invităm să vizitați website-ul nostru: www.heinekenromania.ro

HEINEKEN: a truly global brewer for 150
years

HEINEKEN is a family owned business, with a history dating back 150 years ago, which has grown over the time.

The HEINEKEN culture and way of working has settled across the entire globe. The company operates in over 70 countries, through 165 breweries and a global distribution network. Over 85.000 employees give life to 250 high-quality beers that reach millions of consumers in 178 countries. Now, HEINEKEN is the largest brewer in Europe and the third one in the world, by volume.

HEINEKEN in Romania

HEINEKEN arrived in Romania in 1997, under the name of Brau Union, which became part of the HEINEKEN Group in 2003. Currently, HEINEKEN Romania is the leading brewer on the Romanian beer market and has 4 breweries located in Constanta, Craiova, Miercurea Ciuc and Targu Mures and over 1.100 employees.

The company has a strong and diversified brands portfolio, covering all the market' segments: Heineken®, Desperados, Ciuc Premium, Silva, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, as well as other local and imported beers.

Brewing a Better Future

Guided by its Sustainability agenda, HEINEKEN aims to be come the greenest brewer by 2020. To get there, every year it sets ambitious targets for all the areas of its activity. So far, the company had good progress in all key areas, from brewing to beer distribution. HEINEKEN Romania promotes the responsible consumption and together with its partner, ALIAT, it offers solutions to reduce abusive alcohol drinking. Moreover, it pays great attention to the communities where it operates and has invested over 1.000.000 RON through HEINEKEN for Communities program.

For more information about HEINEKEN Romania, we invite you to visit our website: www.heinekenromania.ro

PORTOFOLIUL UNIC DE MĂRCI INTERNATIONALE PREMIUM



CALITATE ȘI INOVAȚIE ÎN FIECARE PRODUS

**URBB**

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD

United Romanian Breweries Bereprod

United Romanian Breweries Bereprod (URBB), cunoscută ca și Tuborg Romania, este prima companie din Europa de Est care a dezvoltat un proiect Greenfield, folosind doar resurse locale. Din respect pentru consumatorii noștri și pentru mediul înconjurător, încă de la începutul activității în România am hotărât să oferim doar produse premium de cea mai înaltă calitate, respectând normele ecologice în vigoare.

Povestea URBB a început în anul 1996. Au fost ani trepidanți, cu frumoase provocări, împliniri și succese. Suntem mândri că am reușit să păstrăm promisiunea de a crea un portofoliu de mărci premium, de a livra consumatorilor noștri produse de cea mai înaltă calitate, de a inova în permanență și de a construi identitatea de neconfundat a celor mai apreciate mărci de bere din România: Tuborg, Carlsberg, Skol, Holsten alături de mărcile importate Guinness și Kilkenny.

Compania URBB este prezentă pe piața românească a berii din anul 1994, investind până în prezent peste 252 milioane dolari. Fabrica de lângă București este singura unitate de producție pe care compania o deține în România, fiind una dintre cele mai moderne fabrici din țară și situată în top 5 cele mai performante fabrici ale grupului multinațional Carlsberg A/S.

Încă de la începutul activității noastre inovația a fost o prioritate. Am implementat cu succes inovații care au devenit reper pe piața băuturilor din România, precum capacul Easy Open pentru Tuborg și lansarea berii Tuborg Christmas Brew, prima bere specială dedicată sărbătorilor de iarnă oferită consumatorilor români.

Grija de a oferi produse premium și focusul pentru mediul înconjurător și păstrarea unui mediu curat au rezultat în numeroase programe de responsabilitate socială lansate de către compania noastră. Suntem în mod constant concentrați pe îndeplinirea tuturor standardelor de calitate de către produsele noastre, precum și în oferirea de valoare adăugată consumatorilor. Compania URBB este inițiatoarea unei serii de activități proactive de protecție a mediului înconjurător prin intermediul programului „Umbrela Verde”, lansat în anul 2007. În anul 2010, în parteneriat cu Ministerul Mediului și Pădurilor, parte a acestui program a fost lansată competiția „Capitala Verde a României”, una dintre cele mai mari inițiative din domeniul protecției mediului înconjurător adresată atât autorităților locale, cât și locuitorilor orașelor din România.

Valorile de bază pe care le prețuim sunt respectul, entuziasmul, profesionalismul, iar acestea se regăsesc atât în produsele noastre, cât și în toate activitățile pe care le desfășurăm.

United Romanian Breweries Bereprod, also known as Tuborg Romania, is the first Eastern European company which developed a Greenfield project, using only local resources. Out of respect for the Romanian consumers and for the environment, from the beginning of our activity in Romania we have decided to offer highest quality premium products, in compliance with the current environmental standards.

The URBB story started in 1996. There were years throbbing with beautiful challenges, accomplishments and successes. We are proud that we kept the promise to create a portfolio of exclusively premium brands, to deliver for our consumers' highest quality, to continuously innovate and build the unmistakable identity of the most appreciated brands on the Romanian market: Tuborg, Carlsberg, Skol, Holsten and the imported beers Guinness and Kilkenny.

The company entered the Romanian market in 1996 and has invested so far over 252 million dollars. The brewery near Bucharest is the only production facility that the company has in Romania, being one of the most modern breweries in the country and in top five best factories included in the multinational group Carlsberg A/S.

Ever since we started our business in Romania, innovation has been one of our trademarks. We successfully implemented innovations that became a landmark in the Romanian beverage market, as Easy Open cap for Tuborg and Tuborg Christmas Brew launch, first special winter holiday beer for the Romanian consumers.

Our care to offer premium products to all Romanians and to help keeping a cleaner environment, living a better life, has resulted in CSR programs that the company has initiated since launch. We are constantly focused on URBB products meeting all quality standards and bring value to consumers. URBB is one of the main initiators of proactive environmental activities through the Green Umbrella program launched in 2007. In 2010, in partnership with Ministry of Environment and Forests, we launched as part of this program the competition "Romania Green Capital", one of the biggest environment protection programs from Romania, addressed to local authorities and urban inhabitants at the same time.

The base values which we are praising are respect, enthusiasm, professionalism, and those can be seen in our products and in all the activities we are running.

URSUS *Breweries*



A subsidiary of SABMiller plc

Ursus Breweries

Ursus Breweries este unul dintre cei mai mari producători de bere din România, este parte a grupului SABMiller plc și are fabrici în Brașov, Buzău și Timișoara, precum și o mini-facilitate de producție în Cluj-Napoca – „Fabrica de Bere URSUS” – care a devenit deja un reper al orașului, locul unde arta fabricării berii se împletește cu buna dispoziție. Ursus Breweries are un portofoliu echilibrat de mărci, compus din beri autentice românești, cu o îndelungată tradiție și moștenire românească: URSUS - a cărei istorie a început în 1878, iar în 2013 a aniversat „135 de ani sub semnul ursului”, Timișoreana - produsă în prima fabrică de bere din România atestată documentar încă din 1718, Ciucaș - a cărei poveste a început în 1892, Azuga și Stejar, dar și mărci internaționale de prestigiu: Peroni Nastro Azzurro, Grolsch, Redd's și Pilsner Urquell.

Creдем că berea noastră contribuie la momentele plăcute din viață și îi inspirăm pe oameni să petreacă timp împreună bucurându-se de o bere bună, astfel, construim, o cultură vibrantă a berii în România. Inovăm permanent pentru a ne îmbunătăți produsele și a oferi consumatorilor noștri cea mai bună experiență. Faptul că, 1 din 3 beri consumate în România este din portofoliul Ursus Breweries, spune multe despre calitatea și aprecierea acordată berilor noastre.

Studiul Ernst&Young „The contribution made by SABMiller to the Romanian economy” realizat în 2013 și întocmit pe baza rezultatelor din 2012, indică faptul că Ursus Breweries a avut un rol însemnat în economia României, aducând o contribuție de 259 milioane de euro la bugetul de stat, generând în mod direct și indirect 28.100 locuri de muncă.

Ne-am implicat și continuăm să ne implicăm activ în viața comunităților în care ne desfășurăm activitatea și încercăm să avem un impact pozitiv, prin programele de promovare a unui comportament responsabil legat de consumul de alcool, susținând antreprenoriatului și protejând mediul înconjurător.

Aceste eforturi sunt reflectate în Raportul de Dezvoltare Durabilă al Ursus Breweries care include rezultatele înregistrate în anul financiar 2012-2013 și care, a obținut certificarea B+ din partea GRI (Global Reporting Initiative). Ursus Breweries a devenit astfel și prima companie din industria berii din România care a elaborat un raport validat de GRI și a primit o notare valoroasă.

Totodată, în cadrul proiectului Green Business Index 2013, Ursus Breweries a primit cea mai înaltă distincție - Locul 1 pentru cea mai responsabilă companie - acordată în cadrul secțiunii industrie/producție, dar și Premiul I în alte 4 dintre cele 7 categorii ale acestei competiții.

SABMiller plc este unul dintre liderii mondiali în producția de bere, cu un portofoliu ce include peste 200 mărci și aproximativ 70.000 de angajați în peste 75 de țări. Portofoliul grupului include mărci globale ca Pilsner Urquell, Peroni NastroAzzurro, Miller Genuine Draft și Grolsch, precum și mărci locale importante ca Aguila (Columbia), Castle (Africa de Sud), Miller Lite (USA), Snow (China), Tyskie (Polonia) și Victoria Bitter (Australia). SABMiller are de asemenea un segment în creștere de băuturi răcoritoare și este una dintre cele mai mari companii din lume care îmbuteliază produse Coca-Cola.

Vă rugăm să vizitați www.ursus-breweries.ro și www.desprealcool.ro pentru mai multe informații despre Ursus Breweries și despre proiectele derulate în România.

Ursus Breweries is one of the largest brewers in Romania, being part of SABMiller group and operates 3 breweries located in Brasov, Buzau and Timisoara and a mini-brewery in Cluj-Napoca - „Fabrica de Bere URSUS” - that already become a landmark of the city, a place where the art blends with the good mood. Ursus Breweries has a balanced beer brands portfolio, consisting of authentic Romanian beers, with a long and rich Romanian heritage: URSUS – its history started in 1878 and in 2013 celebrated “135 years under the sign of the bear”, Timișoreana – brewed in the first historically documented brewery in Romania back in 1718, Ciucaș – whose story started in 1892, Azuga and Stejar, but also of prestigious international brands: Peroni Nastro Azzurro, Grolsch, Redd's and Pilsner Urquell.

We believe that our beer adds to the enjoyment of life and we inspire people to spend time together around one of our great beers, thus building a vibrant beer culture in Romania. We innovate constantly so as to improve our products and to offer our consumers the best experience. The fact that 1 in 3 beers consumed in Romania belongs to Ursus Breweries portfolio says a lot about the quality and the appreciation enjoyed by our beers.

According with the 2013 edition of the Ernst & Young Report “The contribution made by SABMiller to the Romanian economy”, based on 2012 business results, Ursus Breweries played a significant role in Romania's economy, with a 259 million euros contribution to the state budget, and directly and indirectly contributed to the employment of 28.100 people.

We are actively involved in the life of the communities in which we operate, and try to make a positive impact through our programs that promote responsible behavior related to alcohol consumption, support entrepreneurship and protect the environment.

These efforts are reflected in the Ursus Breweries Sustainable Development Report, which includes the 2012-2013 financial year results and which was rated B+ by the Global Reporting Initiative (GRI). Ursus Breweries is thus, the first company in the beer industry whose report was assured by GRI and got a valuable score.

Also, within the 2013 Green Business Index project, Ursus Breweries was the great national winner and recognised as the most environmentally responsible company in Romania, in the area of industry/production. Along with the first prize nation-wide, Ursus Breweries received four No.1 awards out of the seven categories of this competition.

SABMiller is one of the world's leading brewers with more than 200 beer brands and some 70,000 employees in over 75 countries. SABMiller portfolio of brands includes premium international beers such as Pilsner Urquell, Peroni Nastro Azzurro, Miller Genuine Draft and Grolsch, as well as leading local brands such as Águila (Colombia), Castle (South Africa), Miller Lite (USA), Snow (China), Tyskie (Poland) and Victoria Bitter (Australia). SABMiller has also a growing business in soft drinks and is the one of the world's largest bottlers of Coca-Cola products.

Please visit www.ursus-breweries.ro and www.desprealcool.ro for more information about Ursus Breweries and the projects developed on the Romanian market.



WWW.CLINICADEBERE.RO

S.C. BERARIUM S.R.L.



Berarium

Povestea noastră începe cu plăcerea de a bea bere
Our story starts with the joy of beer drinking

Noi, un grup de șase prieteni (ulterior asociați la Clinica de Bere), obișnuiam să ne întâlnim și să bem împreună bere de calitate. Pentru că în Timișoara, la vremea respectivă, nu găseam specialitățile de bere pe care ni le doream, le importam direct de la microproducătorii preferați din Germania. În timp, această plăcere de a consuma împreună specialități de bere s-a transformat în dorința de a produce bere de cea mai înaltă calitate. Adică bere proaspătă, naturală, nefiltrată, nepasteurizată și fără conservanți. Am adăugat la plăcerea de a bea bere de calitate și motivația de a păstra, de a salva și, de ce nu, de a crea astfel noi tradiții și valori locale.

Dorința noastră s-a materializat în anul 2011, când am înființat prima microfabrică din Timișoara pe care am numit-o „Clinica de Bere”.

Am ales denumirea de „Clinica de Bere” din două motive: în primul rând, pentru că are umor și în al doilea rând deoarece reflectă respectul nostru față de această băutură complexă. O băutură care conține substanțe nutritive semnificative, cu un efect pozitiv dovedit pentru sănătate, în cazul unui consum moderat. Dar, în același timp, și o băutură care este asociată cu riscuri majore pentru sănătate, în cazul consumului excesiv, din cauza alcoolului din componența sa.

Filozofia noastră, la „Clinica de Bere”, este de a ne trata clienții cu maximă dăruire și într-un mod responsabil. Suntem motivați de dorința de a le oferi „pacienților” noștri un plus de bucurie, savoare și echilibru în viață, informându-i despre efectele benefice ale consumului moderat de bere, însă în același timp atenționându-i asupra efectelor negative, provocate de consumul excesiv de alcool.

Clinica de Bere produce în acest moment două sortimente de bere: Terapia Platin, care este o bere albă (Weissbier) nefiltrată și nepasteurizată, și Terapia Gold, bere blondă, nefiltrată și nepasteurizată.

Ne dorim ca produsele noastre să le ofere consumatorilor și iubitorilor de bere savoarea, prospețimea și calitatea demult uitată de către unii, respectiv mult visate de către alții.

Us, a group of six friends (later partners in “Clinica de Bere”), used to get together and drink quality beer. Since at that time Timisoara did not offer us the beer types we wanted, we used to import them straight from our preferred microbrewers in Germany. In time, this joy of drinking quality beer together turned into the desire to make our own, highest quality beer. By that we mean fresh, natural, unpasteurized and preservative-free beer. Our pleasure of drinking quality beer was completed by the will to safeguard old traditions and local values and, why not, to create new ones.

Our wish came true in 2011, when we created the first microbrewery in Timisoara, which we called “Clinica de Bere” (the Beer Clinic). We chose this name for two reasons: firstly because it's funny, and secondly because it shows our respect for this complex drink. A drink full of significant nutrients, with a proven positive effect on our health, when consumed in moderate amounts. At the same time however, a drink associated with major health risks when consumed excessively, due to its alcohol contents.

At “Clinica de Bere” we aim to treat our clients with maximum dedication and responsibility. We are driven by our desire to offer our “patients” an extra ounce of joy, savor and balance in their lives, by informing them with regards to the benefits of a moderate beer consumption, yet at the same time warning them about the negative effects related to excessive alcohol consumption.

“Clinica de Bere” currently produces two types of beer, both unfiltered and unpasteurized: Terapia Platin, a wheat beer and Terapia Gold, a golden ale.

We wish that our products will offer consumers and beer lovers the savor, freshness, and quality which some have long-forgotten, while others often dreamed about.



Soufflet Malt România

Situată în cea mai bună zonă din Europa și CSI în ceea ce privește cultivarea orzului, Soufflet și-a stabilit ca obiectiv primordial satisfacerea cerințelor clienților săi, producătorii de bere, furnizându-le permanent produse obținute din materii prime de calitate.

Sinergia dintre Soufflet Malt și Soufflet Agriculture creată la nivelul Diviziei Maltării ne oferă control deplin asupra întregului proces, de la selecția varietăților de semințe și consilierea tehnică a agricultorilor până la selectarea pentru malțificare în fabricile noastre a orzului cu cei mai buni parametri de calitate, fapt ce ne permite să satisfacem cele mai exigente cerințe ale clienților noștri cu privire la specificațiile produsului.

Historicul activității Grupului Soufflet în România

1997 Grupul Soufflet își începe activitatea în România, activitate ce include operarea a trei fabrici de malț în Pitești, Buzău și Timișoara.

2009 Se constituie Soufflet Agro România. Noua fabrică de malț din Buzău începe să producă.

2010 Se obține certificarea sistemului de management al Soufflet Malt România conform standardelor ISO 9001 (Sisteme de management al calității), ISO 14001 (Sisteme de management al mediului) și OHSAS 18001 (Sisteme de management al sănătății și siguranței ocupaționale).

2012 Soufflet Agro România achiziționează 2 silozuri (localizate în Brăila și Tândărei) pentru a facilita promovarea cultivării, dar și colectarea orzului pentru malțificare.

Expertiza Soufflet Agro România

Echipa noastră de agronomi are o vastă experiență în toate etapele de cultivare, de la selecția varietăților de semințe, testele tehnice care sunt premergătoare producției de orz, la comercializarea de produse specifice ecologice. Agronomii oferă consultanță tehnică agricultorilor pentru ca aceștia să poată obține orz de calitate bună, creând premisele unei investiții profitabile pentru întregul lanț „de la orz la bere”.

În perioada de vegetație a orzului, dar și după recoltare, agronomii noștri asigură siguranța alimentară a produselor noastre prin implementarea unui program complex de monitorizarea a calității și trasabilității materiei prime.

Producția ultra-eficientă în fabrica de malț a Soufflet Malt România Fabrica din Buzău, amplasată în inima regiunii cu cel mai bun sol pentru producția de cereale din România, este echipată cu tehnologie de ultimă generație pentru depozitarea și curățarea orzului, pentru fabricarea malțului, de monitorizare a producției și de livrare a malțului către producătorii români de bere. Capacitatea de producție este de 106.000 tone de malț Pilsen pe an.

Noua malțarie este dotată cu echipamente de înaltă clasă ce permit obținerea de produse sigure, de cea mai bună calitate, conform cerințelor clienților noștri. De asemenea, proiectarea și construcția noii fabrici au avut în vedere protejarea sănătății și securității în munca a angajaților, precum și protejarea mediului înconjurător.

Fiind create astfel premisele necesare, ne vom continua strădania de a îmbunătăți permanent calitatea pe tot parcursul lanțului „de la orz la bere.”

Located on the best barley-growing land in Europe and the CIS, Malteries Soufflet has set itself the goal of perfectly matching the needs of its customer's brewers, and continuously supplying them with products made out of quality raw materials.

The synergy with Soufflet Agriculture created by the Malting Division gives us total control over the process, from the selection of seeds varieties and upstream agronomic accompaniment for farmers, to selecting brewing barley with the best quality parameters for its Malt production plants, enabling us to meet the most demanding product specifications.

History of Group Soufflet in Romania

1997 Soufflet Malt Romania has started its activity that included running three malthouses in Pitesti, Buzau and Timisoara.

2009 Setting up Soufflet Agro Romania. The new malting plant in Buzau starts to produce

2010 Soufflet Malt Romania's Management System was certified ISO 9001 (Quality Management Systems), ISO 14001 (Environmental Management Systems) and OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Management Systems).

2012 Soufflet Agro Romania acquires 2 silos located in Brăila and Tândărei in order to promote production, but also to facilitate collection of malting barley.

Expertise of Soufflet Agro Romania

Our team of agronomists has a wide expertise at all stages, from the selection of seed varieties and technical tests upstream of production to developing and marketing environmentally-friendly products. They advise the farmers to obtain a good quality of barley with the best return on investments for the „barley to malt” chain.

During the growing of barley and after the harvest, our agronomists ensure food safety of our products by implementing a comprehensive quality monitoring and traceability programme for raw materials.

Ultra-efficient production in the malthouse of Soufflet Malt Romania

The plant of Buzau, located at the heart of the best cereal production land in Romania, is equipped with the latest technology for storing and cleaning the barley, for processing it into malt, for monitoring production and delivering the malt to the Romanian brewers. The annual production reaches 106 000 tons of Pilsen malt.

The new malting plant is built with the state-of-the art equipment's to obtain the best quality and safe products required by our customers. Also, the respect for occupational health and safety on the site, for the protection of the environment were included in the specifications of the construction. Thus we continuously strive to improve quality throughout our "barley to malt" chain.



Asociația Producătorilor de Hamei din România - APHR

ASSOCIATION OF THE HOPS PRODUCERS OF ROMANIA

ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI DIN ROMÂNIA a fost fondată în anul 2004, după privatizarea Întreprinderilor Agricole de Stat, iar în prezent se compune din patru societăți private din județele Mureș, Alba și Sibiu. Suprafața actuală cultivată este de 240 Ha, cu posibilitatea dezvoltării până la 650 Ha, existând 410 Ha sistem de susținere (spalier) în proprietatea societăților cultivatoare de hamei. Asociația este membru al IHGC din anul 2009.

Asociația deține o secție de ultimă generație de peletizare a hameiului de tip 90 – de o capacitate de 500 kg/oră, pusă în funcțiune în anul 2007. Cu această instalație se prelucrează și se împachetează hameiul astfel încât toate caracteristicile dobândite în natură – acizii (α , β , γ), aromele specifice soiurilor și microclimatului de unde provin – să fie păstrate fără intervenție prin procesare. Depozitul frigorific al Asociației asigură păstrarea produsului finit până la livrare. Toate condițiile create prin programele SAPARD ne asigură competitivitatea produsului pe acest segment. Clienții produsului au fost în trecut majoritatea berarilor din PBIR, printre aceștia numărându-se Bere Mureș, Bere Suceava, Bere Azuga, Bere Albrau, dar și companii mari precum Bere Sebes, URBB, URSUS și, din 2011, HEINEKEN ROMÂNIA.

Asociația Producătorilor de Hamei din România produce în condiții microclimatice normale circa 20.000 kg alfa pe an, ceea ce reprezintă cca. 15% din consumul anual al României. Totodată, aceasta susține utilizarea ca materie primă pentru bere a hameiului românesc, care are aceeași calitate ca și cel importat.

THE HOPS PRODUCERS ASSOCIATION OF ROMANIA was founded in 2004, after the privatization of state agricultural companies and it currently consists in four private companies in Mureș, Alba and Sibiu counties. The current cultivated area is of 240 ha, with the opportunity to develop up to 650 ha as there is a support system of 410 ha, property of the hop growing companies. The Association is member of IHGC since 2009.

The Association has the latest hop pelletizing section type 90, with a capacity of 500kg/hour, put into operation in 2007. With this installation, the hop is processed and packed so that it keeps its specific natural flavors and acids (α , β , γ) without any intervention. The Association also owns a cold storage that ensures the product's depositary until it is delivered. All these circumstances created by SAPARD ensure product's competitiveness in this segment and the Associations' customers are Bere Mureș, Suceava Beer, Beer Azuga, Albrau Beer, and large companies as Sebes, URBB, Ursus and HEINEKEN ROMÂNIA (starting with 2011).

The Hops Producers Association of Romania produces 20000 kg Alfa in macroclimatic normal conditions which represents about 15% of the annual Romanian consumption and encourages the usage of the Romanian hop as a raw material for beer, which has the same quality as the imported one.



Mărcile berarilor noștri/ Our members' brands

- BERGENBIER S.A.



- BERARIUM



- HEINEKEN România



- UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD



- URSUS BREWERIES



Contact/ Contacts

ASOCIAȚIA BERARII ROMÂNIEI/
 BREWERS OF ROMANIA ASSOCIATION
 Onno Rombouts - Președinte/ President
 Constantin Bratu - Director General/ General Manager
 B-dul Carol I nr. 34-36, etaj 2, sector 2, București
 Telefon: +40 21 317 29 77; Fax: +40 21 317 29 85
 E-mail: office@berariiromaniei.ro
 www.berariiromaniei.ro

Membri/ Members

BERGENBIER S.A.

Lucian Ghinea - Președinte/ President
 Iride Business Park, Bd. Dimitrie Pompeiu nr. 9-9A,
 Clădirea 20, etaj 1, sector 2, București
 Telefon: +40 372 20 71 09; Fax: + 40 21 243 10 01
 www.bergenbiersa.ro

HEINEKEN ROMÂNIA S.A.

Onno Rombouts - Director General/ Managing Director
 Str. Tipografilor 11-15, S-Park, aripa A2-L, sector 1,
 București, 014714
 Telefon: 021 202 77 00; Fax: 021 202 77 56
 E-mail: office@heineken.ro
 www.heinekenromania.ro

UNITED ROMANIAN BREWERIES

BEREPROD

Hezy Ovadia - Președinte/ President
 Bd. Biruinței nr. 89, Pantelimon, Ilfov
 Telefon: +40 21 205 50 00; Fax: +40 21 205 50 09
 E-mail: office@tuborg.ro
 www.tuborg.pressroom.ro

URSUS BREWERIES

Igor Tikhonov - Președinte/ President
 Calea Victoriei nr. 145, Victoria Center, etaj 5,
 sector 1, București
 Telefon : + 40 21 314 04 20; Fax: + 40 21 315 98 04
 E-mail: office@ro.sabmiller.com
 www.ursus-breweries.ro

BERARIUM

Marius Mircea - Director General/ General Manager
 Str. Ghiocelilor nr. 21, 300399, Timișoara
 Telefon: +40 735 00 30 33
 http://www.clinicadebere.ro/

ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI DIN ROMÂNIA

Acațiu Mora - Președinte/ President
 Str. Delavrancea nr. 23, Târgu-Mureș
 Telefon: +40 26 526 5890; Fax: +40 26 526 6067

SOUFFLET MALT ROMÂNIA

Francois-Xavier D'Hollander - Director Executiv/
 Executive Director
 DN2B – km 9+900, Buzău
 Telefon: +40 238 402 860; Fax: +40 238 402 888
 E-mail: cionita.malt@soufflet-group.com
 www.soufflet.com



Recomandăm un consum responsabil de bere.



www.berariiromaniei.ro