



Raport anual
Annual report

2013





Cuprins/ Content

Asociația Berării României, promotoarea culturii berii Brewers of Romania Association, the promoter of beer culture	4
Opinii management industria berii Beer Industry Management Opinions	6
Mesajul Secretarului General al Asociației Berării Europei The message of the Secretary General of the Brewers of Europe Association	11
Mesajul autorităților The authorities message	12
Totul despre bere Everything about beer	14
Bere și responsabilitate socială Beer and social responsibility	18
Industria berii, stimul al economiei României The beer sector, stimulus of the Romanian economy	21
Piața berii în 2012, primul an de reluare a trendului pozitiv The beer market in 2012, the first year with a positive trend	24
Membrii Asociației Berării României Members of the Brewers of Romania Association	
BERGENBIER S.A.	26
HEINEKEN ROMÂNIA S.A.	28
ROMAQUA GROUP	30
UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD	32
URSUS BREWERIES	34
BERARIUM	36
SOUFFLET MALT ROMÂNIA	38
ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI DIN ROMÂNIA (APHR) ASSOCIATION OF THE HOPS PRODUCERS OF ROMANIA (AHPR)	40
Mărcile berarilor noștri Our members' brands	42
Contacte Contacts	43

Asociația Berarii României, promotoarea culturii berii

Înființată în anul 2004, Asociația Berarii României a reușit ca în cei aproape zece ani de existență să se impună atât la nivel local, cât și internațional, ca o voce comună a membrilor săi, reușind să transmită mediului de afaceri, consumatorilor și instituțiilor statului, valorile care îi guvernează deopotrivă.

Înțelegând rolul unei organizații sectoriale în context economic și social, Asociația Berarii României și-a asumat odată cu înființarea misiunea de a promova și dezvolta o cultură a berii în România, un mediu de afaceri sănătos în cadrul sectorului său de activitate și o industrie a berii responsabilă.

Rezultat al unei viziuni corecte asupra a ceea ce reprezintă industria berii, Asociația Berarii României a reușit de-a lungul timpului să aducă în rândul membrilor săi nu doar companii producătoare, 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 malț.

Astfel, în rândul membrilor săi actuali se numără cinci dintre cei mai mari producători de bere care activează pe piața din România: BERGENBIER, HEINEKEN ROMÂNIA, ROMAQUA GROUP, URSUS BREWERIES ȘI UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD, cărora li s-a alăturat și microberăria CLINICA DE BERE. Împreună, cei șase producători furnizează peste 90% din cantitatea de bere consumată în România. Pentru a reflecta cât mai fidel lanțul de producție a berii, din Asociație fac parte în prezent și producătorii de materii prime, ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI ȘI SOUFFLET MALT ROMANIA.

Ca o consecință a misiunii sale în acord cu cea a țărilor din spațiul Uniunii Europene, începând din ianuarie 2008, Asociația a devenit membră a Berarilor Europei, organizație considerată reprezentantul industriei europene a berii în fața diferitelor instituții și organizații internaționale. Fondată în 1958, la Bruxelles, organizația are astăzi 27 de membri și reprezintă interesele a aproximativ 4.000 de producători din industria berii din Europa. 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 de către BERGENBIER, HEINEKEN ROMÂNIA, URSUS BREWERIES ȘI UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD
- 2005** ■ Industria berii devine prima industrie care se autoreglementează, prin elaborarea Codului comunicării comerciale
- 2008** ■ Berarii României devin membri Asociației Berarii Europei
- 2009** ■ ROMAQUA GROUP devine membră al Asociației Berarii României în primul său an de funcționare pe piața berii
- 2011** ■ ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI ȘI SOUFFLET MALT ROMANIA devin membri ai Asociației
- 2012** ■ CLINICA DE BERE, prima microberărie care devine membră a Asociației Berarii României



The Brewers of Romania Association, the promoter of beer culture

Subsequent to its founding in 2004, the Brewers of Romania Association succeeded, in almost ten years of existence, to impose itself both locally and internationally, as a common voice of its members, thus succeeding in transmitting to the business environment, the consumers and state institutions, the values that governs them.

Understanding the role of a sectorial organization within the economic and social context, the Brewers of Romania Association assumed upon establishment the mission to promote and develop a beer culture in Romania, a healthy business environment within its sector of activity, as well as a responsible beer industry.

Result of a correct vision on the true meaning of the beer industry, the Brewers of Romania Association succeeded over time to bring among its members not only producing companies, but opened its doors wide for the most important suppliers at national level for raw materials specific to the production of beer, hop and malt.

Therefore, among its current members are five of the largest beer producers active on the market in Romania: BERGENBIER, HEINEKEN ROMANIA, ROMAQUA GROUP, URSUS BREWERIES AND UNITED ROMANIAN BREWERIES, to which was added the micro-brewery CLINICA DE BERE. Together, the six producers supply over 90% of the quantity of beer consumed in Romania. In order to most faithfully reflect the beer production chain, raw material producers are also part of the Association, THE HOP PRODUCERS and SOUFFLET MALT ROMANIA.

As a consequence of its mission in agreement with that of the countries within the space of the European Union, starting with January 2008, the Association became a member of the Brewers of Europe, organization considered the representative of the beer industry to the various institutions and international organizations. Established in 1958, the organization has nowadays 27 members and represents the interests of approximately 4,000 producers in the beer industry in Europe. Furthermore, the Brewers of Europe represent and defend the interests of over 2 million people who owe their jobs to the production and sale of beer.

Reference moments

- 2004** ■ Establishment of the Brewers of Romania Association by BERGENBIER, HEINEKEN ROMANIA, URSUS BREWERIES AND UNITED ROMANIAN BREWERIES
- 2005** ■ The beer industry becomes the first industry which is self-regulated, through the issuance of the Code for commercial communication
- 2008** ■ Brewers of Romania became members of the Brewers of Europe Association
- 2009** ■ ROMAQUA GROUP, became a member of the Brewers of Romania Association in its first year of operation on the beer market
- 2011** ■ ASSOCIATION OF HOP PRODUCERS and SOUFFLET MALT ROMANIA became members of BR
- 2012** ■ CLINICA DE BERE, the first microbrewery to become member of BR





URSUS
Breweries

Andrew Highcock

Președinte/ President

În URSUS BREWERIES lucrăm în continuu în interesul consumatorilor noștri și le oferim bere de cea mai bună calitate pentru a însoți momentele plăcute din viața lor. Ca berari, ne-am stabilit misiunea de a da viață berii și de a construi o cultură vibrantă a berii în România. Credem că berile noastre, atunci când sunt consumate responsabil, aduc bucurie consumatorilor și îi strâng pe aceștia împreună. Avem un portofoliu echilibrat de mărci, fiecare cu tradiția ei, compus din beri românești autentice și beri cu prestigiu internațional, potrivite fiecărei ocazii de consum. Ne străduim să inovăm și să avem un impact pozitiv în comunitățile în care operăm, utilizând eficient resursele și ajutând la dezvoltarea partenerilor noștri. Ca membru al Asociației Berarii României, Ursus Breweries susține și promovează o industrie și o cultură a berii responsabile.

At URSUS BREWERIES we work continuously in the interest of our consumers to offer them high quality beers that will accompany the enjoyable moments of their life. As brewers, in Ursus Breweries we set ourselves the mission to build a vibrant beer culture in Romania. We think that our beers, when consumed responsibly, can bring joy to consumers and bring them together. We have a balanced portfolio of brands, each with its own tradition, from authentic Romanian beers to prestigious international ones, suitable for every consumption occasion. We strive to innovate and make a positive impact in the communities we operate, preserving the resources we use and helping our partners develop. As a member of the Brewers of Romania, Ursus Breweries is committed to supporting and promoting a responsible beer industry and a positive beer culture.



Lucian Ghinea

Președinte/ President

Industria berii este un adevărat motor al economiei românești, un sector cu adevărat patriotic și cu o tradiție îndelungată în România. BERGENBIER S.A., ca membru al Asociației Berarii României, va fi întotdeauna un promotor al unui mediu de afaceri sănătos și al unui consum responsabil de alcool. Compania globală din care facem parte, susține și contribuie activ la dezvoltarea durabilă a industriei berii în întreaga lume, astfel încât avem acces la cele mai bune practici de afaceri disponibile. Ne dorim ca prin mărcile noastre, inovațiile noastre și grija noastră pentru calitate să influențăm pozitiv evoluția acestui sector economic care se confruntă acum cu niște provocări neașteptate.

The brewing industry is a real engine for the Romanian economy, a patriotic sector which has a long standing tradition in Romania. BERGENBIER S.A., as a founding member of the Romanian Brewers Association will always be a reliable promoter of a healthy business environment and of a responsible alcohol consumption. The global company which we are part of, Molson Coors, sustains and actively contributes to a solid development of the brewing industry all over the world, therefore we always have access to the best business practices available. We want that, through our brands, our innovations and our focus on quality, to positively influence the evolution of this economy sector which is now facing unexpected challenges.



Onno Rombouts

Director General/ Managing Director

Fiind unul dintre membrii fondatori ai Asociației Berarii României, susținem pe termen lung eforturile acesteia de promovare a consumului responsabil și de educare asupra beneficiilor consumului moderat de bere.

Industria de bere din România este un sector economic important care include companii internaționale ce investesc în România, producând bere și promovând numeroase mărci internaționale și locale. Scopul nostru este să le oferim întotdeauna consumatorilor noștri bere de calitate excelentă și să le satisfacem nevoile și așteptările prin investiții crescânde în fabricile și în mărcile noastre.

As one of the founding members of the Brewers of Romania Association we have been continuously supporting its efforts in promoting responsible consumption and in educating consumers about the benefits of moderate beer consumption.

The beer industry in Romania is an important economic sector that includes international companies that invest in Romania, brewing and promoting a large number of international and local brands. We focus on offering excellent quality beers to our consumers and proactively meeting their need and expectations through increased investments in our breweries and our brands.



Radu Lăzăroiu

Director General/ Managing Director

ROMAQUA GROUP este o companie 100% românească, cu o activitate ce se derulează cu succes de 14 ani. Chiar dacă am intrat relativ recent pe piața berii, acum 5 ani, suntem foarte mândri de cele trei branduri de bere pe care le-am dezvoltat până acum, Albacher, Dorfer și Mühlbacher, promovarea unui consum responsabil fiind permanent în atenția noastră. Ne propunem ca, în continuare, împreună cu ceilalți membri ai Asociației Berarii României, să contribuim la dezvoltarea responsabilă a industriei berii din România, industrie ce reprezintă un pilon important al economiei românești.

ROMAQUA GROUP is a 100% Romanian company which has been running a successful business for 14 years. Even if we recently entered the beer market, 5 years ago, we are very proud of the 3 brands of beer that we have developed so far, Albacher, Dorfer and Mühlbacher and promoting responsible consumption is always our attention. We intend, that further, along with the other members of the Romanian Brewers Association, to get involved in the responsible development of the brewing industry in Romania which represents an important pillar in the Romanian economy.



Hezy Ovadia

Președinte/ President

Compania noastră este membră a Asociației Berarii României încă de la începutul activității sale și suntem mândri că în decursul anilor această organizație a reușit cu succes să dezvolte o cultură a berii la nivel local, completând imaginea berii în conștiința consumatorului român prin sublinierea beneficiilor și calităților acesteia. Vom continua să milităm împreună pentru promovarea imaginii acestui produs convivial, pentru sprijinul etic și valoros pe care industria noastră îl oferă partenerilor săi și societății, precum și pentru un dialog continuu cu autoritățile române, în scopul dezvoltării unui mediu de afaceri sănătos și durabil. Vom continua să fim aproape de toți partenerii noștri și vom susține și pe viitor reputația ireproșabilă a sectorului berii, un sector la nivelul căruia evaziunea fiscală este zero, un fapt ce constituie o realizare importantă pentru membrii Asociației în contextul economiei românești.

Our company is the member of the Brewers of Romania Association since the beginning of its activity, and we are proud that during the years this organization had successfully developed the beer culture and its image in front of the consumer, by portraying them the benefits and the qualities of this product. We will continue to militate together for the image of this convivial product in front of the consumers, for the ethical and valuable support which our industry is offering to its partners and society, and for the continuous dialogue with Romanian policy makers in order to develop together a healthy and sustainable business environment. We managed to build the reputation of a sector with zero tax evasion, a great achievement for the brewing industry in the Romanian economy, and we will continue to be close of all our stakeholders.



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 microproducător 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 redutabil în dezvoltarea durabilă a acestui nobil produs, orzul pentru malț.

Soufflet Malt Romania is the largest malt producer of Romania. Malting 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



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

Acațiu Mora

Președinte/ President

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. Înșușirile: 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.



Un sector al berii sănătos și prosper este un beneficiu și pentru economia europeană

A healthy and prosperous beer sector also benefits the wider European economy



Pierre-Olivier Bergeron

Secretar general Berarii Europei/
Secretary General The Brewers of Europe

În Europa, berarii contribuie la economiile locale prin legăturile strânse cu alte verigi ale lanțului valorii adăugate, precum agricultura, furnizorii de ambalaje și cafenelele, barurile și magazinele care comercializează berea. Generând taxe și impozite de peste 50 miliarde Euro pentru guvernele Europei și creând peste 2 milioane de locuri de muncă, berarii au o importanță primordială în generarea de creștere economică la nivelul întregii societăți.

Din această perspectivă, este esențial ca guvernele Europei, atunci când dezbate măsuri fiscale și administrative aplicabile sectorului berii, să evalueze pe deplin impactul nu numai asupra berarilor ci și asupra întregului lanț de valoare adăugată datorată berii. Guvernele trebuie să anticipeze toate efectele asupra producției, distribuției și lanțului comercial deoarece marja, în special în vremuri economice dificile, este nesemnificativă între creșterea veniturilor și îngreunarea creșterii.

O paletă de politici care susține sectorul berii reprezintă un cadru care va stimula creșterea, va genera locuri de muncă și va spori veniturile guvernului. Din experiență, Berarii Europei susțin ideea că soluția pentru a crește veniturile la buget nu o reprezintă creșterea taxelor pentru bere până la nivelurile punitive, ci stabilirea de politici care stimulează creșterea pieței și reduc evaziunea fiscală.

Across Europe brewers contribute to local economies through their close ties with other parts of the value chain such as agriculture, packaging suppliers and the cafés, bars and shops that sell the beer. Generating over €50 billion in taxes for Europe's governments and creating more than 2 million jobs, brewers are key to generating economic growth across the whole society.

From that perspective it is essential that European governments, when debating fiscal and administrative measures that apply to the brewing sector, assess fully the impact not just on brewers but on the whole value chain that depends on beer. Governments must anticipate all the effects on the production, distribution and commercial chain as the margin, particularly in tough economic times, is very fine between increasing revenues and hampering growth.

A policy landscape supportive to the beer sector is a framework that will stimulate growth, generates jobs and increases government revenues. From experience, The Brewers of Europe supports the idea that the solution to increasing budget revenues is not to raise taxes on beer to punitive levels, but to put in place the policies that stimulate market growth and reduce tax evasion.



Industria berii, un real partener al Ministerului

The beer industry represents a real partner for the Ministry

Daniel Chițoiu

Ministrul Finanțelor Publice/
Minister of Public Finance

Activitatea Ministerului Finanțelor Publice nu se poate derula cu succes fără susținerea venită din partea mediului economic. Mai exact, mă refer la îndeplinirea obligațiilor fiscale ale acestora și la un comportament permanent orientat spre combaterea evaziunii.

În acest sens, consider că industria berii reprezintă un real partener al Ministerului, reușind să se remarce printr-o conduită fiscală deosebită. În primul rând, sectorul berii este un domeniu al economiei României în care actorii implicați au un nivel ridicat de conformare voluntară, fiind implicați în mod activ în combaterea fenomenului de evaziune fiscală. În ceea ce privește contribuțiile sectorului la bugetul de stat, doar la nivelul anului 2012 încasările au reprezentat 61% din total accize aplicate la nivelul pieței băuturilor alcoolice. Dacă ducem comparația mai departe, valoarea accizelor colectate la bere reprezintă 3,3% din accizele totale și aproximativ 0,7% din veniturile fiscale colectate în România. În valoare absolută, veniturile din acciza la bere au depășit, doar la nivelul anului 2012, 600 de milioane lei.

Mă bucur că am ocazia să punctez aceste câteva lucruri întrucât am convingerea că avem nevoie de cât mai multe astfel de exemple pentru a reuși să eliminăm zonele gri din economia României.

The activity of the Ministry of Public Finances cannot be performed successfully without the support of the economic environment. Specifically, I mean the fulfillment of their fiscal obligations and a behavior permanently oriented towards fighting tax evasion.

To this purpose, I consider that the beer industry represents a real partner for the Ministry, succeeding in asserting itself through a special fiscal conduit. First of all, the beer sector is an area of Romania's economy in which the actors involved have a high level of voluntary conformity, being actively involved in fighting the tax evasion phenomenon. In regards to the sector's contributions to the state budget, only at the level of 2012 the collections represented 61% of the total excise taxes applied at the level of the alcoholic beverages markets. If we take the comparison further, the value of the excise taxes collected on beer represent 3.3% of the total excise taxes and approximately 0.7% of the fiscal income collected in Romania. In absolute value, the income from excise taxes on beer surpassed, only at the level of 2012, 600 million lei.

I'm glad to have the opportunity to point out a few things as I have the conviction that we need as many such examples in order to succeed in eliminating the gray areas from Romania's economy.





Industria berii este elevul model al economiei românești

The beer industry is the model student of the Romanian economy

Daniel Constantin

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

Nivelul performanței agriculturii românești este dat și de valoarea adăugată dobândită de materiile prime agricole ca urmare a procesării lor. Din acest punct de vedere, pot spune că industria berii este elevul model al economiei românești, fiind orientată spre atragerea de resurse agricole locale, orz și hamei, în procesul de fabricare a berii.

Agricultura României este fără îndoială un sector cu potențial real de creștere, dar este foarte important să identificăm interdependențele sectoriale care pot avea un efect de multiplicare. Sectorul de producție a berii produce deja astfel de efecte având un rol demonstrat de multiplicare atât la nivelul întregii economii a țării noastre, cât și strict la nivelul sectorului agricol. Cred că este suficient să menționez faptul că pentru fiecare loc de muncă creat în industria berii sunt generate alte trei în agricultură.

The level of performance of the Romanian agriculture is also given also by the added value acquired by the agricultural raw materials as a result of their processing. From this viewpoint, I can say that the beer industry is the model student of the Romanian economy, being oriented towards the attraction of local agricultural resources, barley and hop, in the beer manufacturing process. Romania's agriculture is without a doubt a sector with real potential growth, but it is important to identify the sector interdependencies which can have a multiplication effect. The beer production sector already produces such effects having a proven multiplication role both at the level of the entire economy of our country, as well as strictly at the level of the agricultural sector. I believe it is sufficient only to mention the fact that for each job created in the beer industry are generated three others in agriculture.



Berea, experiență a gustului și liant social

Beer, a taste experience and social bond

După apă și ceai, berea este considerată în prezent băutura cu cea mai mare notorietate la nivel mondial. Acest fapt nu ar trebui să surprindă pe nimeni, având în vedere că berea este totodată cea mai complexă și variată dintre băuturi. Poate avea gust de lămâie, cafea, nucă de cocos, banane, pâine, chili sau ghimbir. Berea poate fi tonic de amăruie sau cu o aromă spectaculoasă. Poate fi savurată doar la câteva zile după ce a fost produsă sau poate fi turnată în pahar dintr-o sticlă veche de peste un secol, totul spre plăcerea absolută a celui care o consumă. – *The Oxford Companion To Beer*

E greu de spus dacă există sau nu o băutură cu o rețetă mai veche decât cea a berii, dar cu siguranță, berea constituie de două milenii un real liant social, istoria berii fiind strâns legată cu istoria lumii. Fiecare pahar de bere ascunde o poveste, definește o emoție, o trăire, o interacțiune umană, reușind să spargă bariere culturale și sociale acolo unde alte strategii de comunicare dau greș.

Știați că ...

1. Locuitorii Egiptului Antic erau îngropați cu o rezervă de bere
2. Regina Elisabeta I obișnuia să bea bere la micul dejun, berea fiind considerată o alternativă la apa poluată și o sursă de nutrienți



After water and tea, beer is currently considered to have the highest notoriety worldwide. This fact shouldn't surprise anyone, considering the fact that beer is at the same time the most complex and varied of drinks. It can have lemon, coffee, coconut, banana, bread, chilli or ginger taste. Beer can be bracingly bitter or with a spectacular aroma. It can be enjoyed only days after it was produced or it can be poured in a glass from a century old bottle, all to the absolute pleasure of the one consuming it. – *The Oxford Companion To Beer*

It is hard to say whether there is or not a drink with an older recipe than that of beer, but surely, beer has been for two millennia a real social bond, the history of beer being closely connected to the history of the world. Each glass of beer hides a story, defines an emotion, an experience, a human interaction, succeeding in breaking through cultural and social barriers, where other communication strategies fail.

Did you know ...

1. The inhabitants of Ancient Egypt were buried with a reserve of beer
2. Queen Elisabeth I used to drink beer at breakfast, beer being considered an alternative to polluted water and a source of nutrition



Ingrediente naturale

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.

Dintotdeauna, procesul de fabricare a berii se bazează pe un principiu foarte simplu: fermentarea cu ajutorul drojdiei a unor musturi obținute din malț, cu sau fără cereale nemalțificate. Varietatea cerealelor pe care berarii le 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-au determinat pe aceștia să experimenteze combinații cât mai diverse astfel încât rezultatul final să aibă acel gust unic, recunoscut și totodată diferit pentru fiecare marcă de bere în parte.

Din aceeași dorință de a oferi o varietate cât mai mare de gusturi iubitorilor berii, 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 în România sunt prezente de doar câțiva ani, acestea nu sunt nici pe departe o noutate pentru piața internațională a berii, în Belgia existând de mulți ani deja o mare varietate de gusturi și arome, în timp ce în Germania combinațiile de acest tip fiind „la modă” încă din anii '90.

În prezent, există peste 20.000 de mărci de bere în lume 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.

Știați că ...

1. Legea Purității Berii Germane (Reinheitsgebot), intrată în vigoare în 1516, în Bavaria, și concepută în special din rațiuni economice, a fost abrogată în anul 1988
2. Până în Evul Mediu berea a jucat un rol atât de important încât era acceptată drept monedă pentru plata taxelor, stabilirea datoriei și constituirea donațiilor către biserică

Natural ingredients

Manufactured from natural ingredients - water, cereals, hop and yeast -, the recipe for beer passed naturally from an era to another, experimenting various tastes, aromas and carrying the print of each generation of brewers.

The beer manufacturing process has always been based on a very simple principle: fermentation with the aid of yeast of musts obtained from malt, with or without malted cereals. The variety of cereals that the brewers have at their disposal, from barley, corn, oats or rye, more often encountered in Europe, to rice, which dominate the production of beer in Asia, determined them to experiment with new most diverse combinations so the final result will have that unique, recognizable taste but also different for each brand of beer. From the same desire to offer a wide variety of tastes to beer lovers, the master brewers have created new assortments, either by mixes of beer with non-alcoholic drinks, either by aromatization, with the help of fruit juices. Although in Romania are present for only a few years, these are not by far a novelty for the international beer market, in Belgium existing for many years a great variety of tastes and aromas, while in Germany this type of combinations being "trendy" since the '90s.

Currently, there are over 20,000 brands of beer in the world produced in over 180 styles, and depending on the mix of cereals used, the type of yeast used, the processing of the main ingredients and the temperature used in the fermentation process.

Did you know ...

1. The German Beer Purity Law (Reinheitsgebot), which came into effect in 1516, in Bavaria, and was designed mainly for economic reasons, was abolished in 1988
2. Up to the Middle Ages beer played such an important role that it was accepted as currency for payment of taxes, establishing debt and constituting donations for the church





Consumul moderat de bere și un stil de viață sănătos

Din cele mai vechi timpuri oamenii au știut să aprecieze nu doar experiența socială plăcută pe care o asociază consumului acestei băuturi, ci și efectele sale benefice asupra organismului, dovedite prin intermediul a numeroase studii științifice. Printre beneficiile care pot fi asociate unui consum moderat de bere 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 răcoritor, berea are puterea 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, adjuvându-i astfel un loc binemeritat în cadrul unui stil de viață sănătos.

Știați că ...

1. Berea nu îngrașă, un pahar de bere având doar aproximativ 100 kcal, mai puțin decât unul de suc de portocale sau mere
2. Începând din anul 2012 beneficiile consumului moderat de bere au devenit obiect de studiu și pentru cercetătorii de la noi din țară, prin înființarea, în premieră pentru România, a Centrului de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție



CENTRUL DE STUDII DESPRE BERE, SĂNĂTATE ȘI NUTRIȚIE

„Iubită în întreaga lume, berea a suscit de-a lungul timpului interesul multor generații de cercetători de pe toate meridianele care au dorit să-i identifice efectele asupra sănătății organismului uman. Și la noi în țară berea este fără îndoială o componentă a dietei zilnice a multor români, cu influențe asupra stării de bine a organismului. Când am decis înființarea Centrului de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție ne-am dorit să reușim ca prin intermediul lui să răspundem, pe de o parte, nevoii de informare existente în rândul comunității medicale și a publicului larg privind dieta zilnică a românilor, iar pe de altă parte, nevoii constante de resurse în domeniul cercetării, prin finanțarea de proiecte științifice ce au ca obiect de studiu berea. Cred că doar după un an de la lansare, Centrul de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție a reușit să devină o prezență constantă ca sursă de informare, iar numărul și standardele înalte ale proiectelor de cercetare depuse în cadrul celor două sesiuni de înscriere de până acum ne-au demonstrat interesul românilor pentru bere și în calitate de obiect de studiu.“

Dr. Corina-Aurelia Zugravu, președinte Centrul de Studii despre Bere, Sănătate și Nutriție

The moderate consumption of beer and a healthy life style

From the oldest times people knew to appreciate not only the pleasant social experience associated with the consumption of this drink, but also its beneficial effects on the body, proven by numerous scientific studies.

Among the benefits which can be associated to a moderate consumption of beer are: reduction of risk of cardiovascular disease, kidney stones, osteoporosis or ulcers, but also the type II diabetes. Apart from the refreshing effect, beer has the power to reduce thirst and rehydrate the body after physical effort. Furthermore, its natural ingredients transform beer in a real source of anti oxidizers, type B vitamins, fiber and silicon, awarding it a well deserved place in the healthy lifestyle.

Did you know ...

1. Beer is not fattening, a glass of beer having approximately 100 kcal, less than one of orange or apple juice
2. Starting with 2012 the benefits of moderate beer consumption became object study for the researchers in our country as well, through the establishment, as a premier for Romania, of the Center for Studies on Beer, Health and Nutrition



“Loved in the entire world, beer has raised over time the interest of many generations of researchers on all continents who wished to identify its effects on the health of the human body. In our country also beer is without a doubt a component of the daily diet of many Romanians, with influences on the body's welfare. When we decided the establishment of the Center for Studies on Beer, Health and Nutrition we wished to succeed that through it we would answer, on one hand, the need for information existent in the medical community and the public at large regarding the daily diet of Romanians, and on the other hand, the constant need for resources in the field of research, through the financing of scientific projects which study beer. I believe that only one year after launch, the Center of Studies on Beer, Health and Nutrition succeeded in becoming a constant presence as a source of information, and the number and high standards of research projects submitted in the two application sessions until now have proved us the interest for beer as study object”

Dr. Corina-Aurelia Zugravu, President of the Center of Studies on Beer, Health and Nutrition.

Bere și responsabilitate socială

Una dintre prioritățile Asociației Berarii României încă de la înființare a fost reprezentată de grija față de comunitatea în care își desfășoară activitatea. De la elaborarea de standarde pentru comunicarea comercială 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 întotdeauna un numitor comun: responsabilitatea.

O parte importantă a eforturilor organizației sunt canalizate în direcția comunicării comerciale responsabile la nivelul sectorului, industria berii reușind să fie prima industrie care s-a autoreglementat în România, prin elaborarea și adoptarea în anul 2005 a Codului de Comunicare Comercială Responsabilă privind Berea. Codul stabilește o serie de reguli în ceea ce privește comunicarea comercială a tuturor membrilor Asociației, concentrându-se în special în direcția încurajării consumului responsabil de bere și orientarea mesajului publicitar doar către persoanele cu vârsta peste 18 ani.

Mai mult, din dorința de a veghea respectarea într-un tot de către membrii săi a regulilor stabilite prin intermediul Codului de Comunicare Comercială, dar și de a asigura pe cât posibil o comunicare comercială responsabilă și la nivelul industriei de publicitate, prin reprezentanții săi, Asociația Berarii României este membră a Consiliului Director al RAC (Romanian Advertising Council). În acest context, ca un exemplu în plus de bune practici la nivelul întregului mediu românesc de afaceri, Codul de Comunicare Comercială a fost preluat drept anexă a Codului de Practică în Publicitate ce aparține RAC.

În completarea eforturilor Asociației în sensul promovării unui consum responsabil, toate acțiunile de comunicare desfășurate de companiile producătoare de bere membre ale Asociației au în primul rând la bază promovarea unui consum responsabil. 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, toți membrii asociației derulează campanii dedicate de informare.

Totodată, alături de parteneri instituționali, Asociația Berarii României s-a concentrat de-a lungul timpului și pe atenta informare a unor anumite publicuri țintă privind consumul responsabil de băuturi alcoolice. Astfel, alături de 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. Campania a fost lansată ca program pilot în București, în 2006, și a fost derulată până în anul 2010 în alte nouă orașe din țară.

Împreună cu Inspectoratul General al Poliției Române și Consiliul Național al Audiovizualului, Asociația a inițiat încă din anul 2008 campania „Cedează volanul când bei!”, campanie ce 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. În plus, toți cei care doresc să fie informați privind consecințele consumului de băuturi alcoolice pot accesa secțiunea „Savurează responsabil”, de pe site-ul Asociației.



Beer and social responsibility

One of the priorities of the Brewers of Romania Association since establishment was the care for the community in which its activity is performed. From the issuance of standards for the commercial communication and information and education campaigns which targeted different categories of public, to the support of integrated waste management through selective collection, as a viable solution for the long term protection of the environment, the activities of the Association always have a common ground: responsibility.

An important part of the organization's efforts are channeled in the direction of responsible commercial communication at sector level, the beer industry succeeding in being the first industry to be self-regulating in Romania, through the elaboration and adoption in 2005 of the Responsible Commercial Communication Code regarding Beer. The Code establishes a series of rules in regards to the commercial communication of all the members of the Association, focusing especially in the direction of encouraging responsible consumption of beer and directing the advertising message only to persons over 18.

Moreover, out of the desire to watch the full observance by its members of the rules established in the Commercial Communication Code, but also to ensure as much as possible a responsible commercial communication at the level of the advertising industry as well, through its representatives, the Brewers of Romania Association is a member of the Board of Directors of RAC (Romanian Advertising Council). In this context, as an extra example of good practices at the level of the entire Romanian business environment, the Commercial Communication Code was assumed as an appendix to the Code of Practice in Advertising which belongs to RAC.

To complete the efforts of the Association regarding the promotion of a responsible consumption, all communication actions undertaken by the beer producing companies members of the Association are founded first on the promotion of a responsible consumption. With the obvious purpose to make the consumers aware of the moment in which, during consumption, the benefits stop and risks start, all the members of the association run dedicated information campaigns.

At the same time, with its institutional partners, the Brewers of Romania Association focused over time also on the careful information of certain target audiences regarding the responsible consumption alcoholic beverages. Thus, along with the General Inspectorate of the Romanian Police and the Ministry of Education, Research, Youth and Sports, the Brewers of Romania Association developed the campaign "Alcohol doesn't make you big!" which had as a purpose the promotion of an effective change in behavior in regards to the consumption of alcoholic beverages amongst the Romanian teenagers. The campaign was launched as a pilot program in Bucharest, in 2006, and ran until 2010 in nine other cities in the country.

Together with the General Inspectorate of the Romanian Police and the National Audiovisual Council, the Association initiated since 2008 the campaign "Pass the wheel when you drink!", campaign which intended to inform the Romanian drivers regarding the dangers they expose themselves to in case they drive after consuming alcoholic beverages. In addition, all those that wish to be informed on the consequences of the consumption of alcoholic beverages can access the section "Enjoy responsibly", on the Association's site.





Industria berii, stimul al economiei României

The beer sector, stimulus of the Romanian economy

De la un pahar de bere rece pornește totul. E o bere de cea mai bună calitate, pregătită special ca să bucure câteva clipe de răgaz petrecute cu cei dragi sau să completeze un zâmbet adresat prietenilor într-o după amiază însorită de vară. Pare un simplu pahar de bere, dar pentru un privitor avizat nu este doar atât: fiecare pahar băut înmagazinează deopotrivă arta de a prepara cea mai bună bere, cât și responsabilitatea producătorilor de a genera plus valoare.

Astfel, 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. De la importante contribuții la bugetul de stat, la un număr semnificativ de locuri de muncă create direct și indirect în diverse sectoare de activitate conexe, industria berii și-a demonstrat în mod constant efectul său de multiplicare la nivelul economiei locale.

Industria berii din România

Având un nivel cumulat al investițiilor până în prezent de peste 1 miliard de euro și cu o pondere a consumului intern de aproape 98% din cantitatea totală de bere produsă în România, industria berii este un factor generator de valoare adăugată la nivelul mai multor sectoare ale economiei locale, cu directă legătură cu producția de bere, cum sunt agricultura, transporturi, utilități, echipamente, media, marketing, servicii și industria producătoare de ambalaje.

Everything starts with a glass of cold beer. It is the best quality beer, especially prepared to enjoy a few moments spent with the loved ones or to complete a smile for friends on a sunny summer afternoon.

It seems like a simple glass of beer, but for a knowledgeable beholder it is not just that: each glass drunk holds the art of producing the best beer, as well as the responsibility of the producers to generate added value for each Romanian consumer.

Therefore, out of concern for each Romanian consumer, having an exact understanding regarding the role companies play in the modern economies and reflecting a set of common values, the members of the Brewers of Romania Association proudly assumed the role of partners of the Romanian authorities in the stimulation of the economic growth. From important contributions to the state budget, to a number of significant number of jobs created directly and indirectly in various related sectors of activity, the beer industry has constantly demonstrated its multiplication effect at the level of the local economy.

The beer industry of Romania

Having a cumulated level of the investments until the present of over 1 billion euro and with an internal consumption share of almost 98% of the total quantity of beer produced in Romania, the beer industry is an added value generating factor at the level of several sectors of the local economy, with a direct connection to the beer production, such as agriculture, transportation, utilities, equipment, media, marketing, services and packaging production industry.



Producția de bere din România raportată la nivel european reprezintă 4,44 % din totalul producției de bere de 383 milioane hl, cu un nivel al importurilor de aproximativ 2%, fapt care ne situează în rândul țărilor cu cele mai mici niveluri.

România și alte trei țări – Germania, Spania și Bulgaria, cu un nivel de acciză aproape de minimul european, între 0,748hl-0,787 /hl /1 grad Plato, la nivelul anului 2010 produceau 151 milioane hl de bere, reprezentând 40% din producția din Europa. (date la nivelul anului 2010)

Industria berii și consumatorul român

Consumatorul este un element de dezvoltare a sectorului de producție a berii cu influență în PIB.

Veniturile scăzute ale românilor se reflectă însă inclusiv în accesibilitatea relativ scăzută a unor produse precum berea. Astfel, în România, berea este de peste 3,7 ori mai puțin accesibilă românilor decât media europeană.

Luând în calcul media veniturilor orare și a prețului de vânzare la bere, un român trebuie să muncească circa 24 minute pentru a putea să-și cumpere o bere, în timp ce media europeană este de 5 minute.

Contribuții importante la bugetul de stat, mult peste media europeană

Veniturile directe la bugetul de stat rezultate din încasările de acciză aferente industriei berii depășesc cu mult media la nivelul Europei.

Doar în anul 2011, colectările la bugetul de stat din acciza la bere au înregistrat o pondere de aproape 60% din totalul valorii obținute pentru întreaga categorie de produse cu alcool acizabile, în timp ce media europeană este de aproximativ 30%.

Mai mult, veniturile guvernamentale rezultate din industria berii, obținute prin încasările de TVA și alte taxe, printre care se numără asigurările de sănătate și contribuții sociale, ambele relaționate producției de bere și vânzărilor au fost doar în anul 2010 estimate la 651 milioane de euro. (Sursa datelor: Studiul Ernst&Young, ediția 2011)

Contribuțiile la bugetul de stat cresc ca urmare a evoluției pozitive a pieței, nu ca efect al presiunii fiscale prin creșterea accizei

O dovadă în acest sens derivă din încasările de acciză la categoria bere în 2012 care au atins 620 milioane lei, în creștere față de cele din 2011, de 580 milioane lei, o rată de creștere situată peste diferența cursului de schimb luat în calcul la plata accizei (1%).

Sectorul berii generează, direct și indirect, 76.000 de locuri de muncă la nivelul economiei României

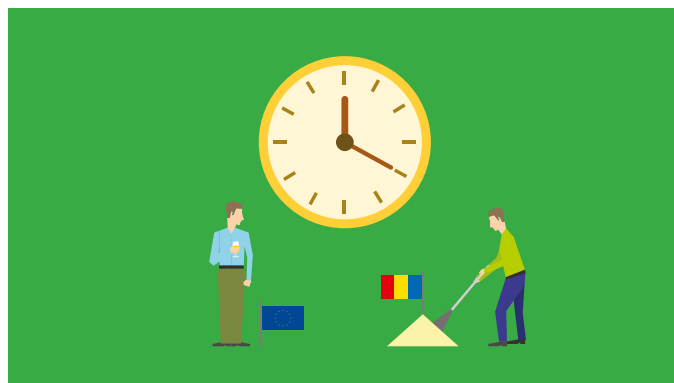
Doar în anul 2010 producția de bere din România, de 17 milioane hl, a generat un număr de 76.000 de angajați, inclusiv în regiuni mai puțin avantajate economic. (Sursa datelor: Studiul Ernst&Young, ediția 2011)

La acea vreme, numărul de locuri de muncă a fost cu peste 20% mai mic decât în 2008, când producția de bere a atins vârful de 20.2 milioane hl, urmat de o contractare a producției

■ Un român trebuie să muncească circa 24 minute pentru a putea să-și cumpere o bere, media europeană fiind de 5 minute



■ A Romanian has to work for 24 minutes to afford to buy a beer, while the European average is of 5 minutes.



The beer production in Romania reported at European level represents 4.44 % of the total beer production of 383 million hl, with an import level of approximately 2% which puts us among the countries with the lowest levels.

Romania and three other countries – Germany, Spain and Bulgaria, with an excise tax level close to the European minimum, between 0,748hl- 0,787 /hl /1 degree Plato, in 2010 produced 151 million hl of beer, representing 40% of the production in Europe. (data for 2010)

The beer industry and the Romanian consumer

The consumer is an element for the development of the beer production sector with influence in PIB.

The Romanian's low incomes are also reflected in the relatively low accessibility to some products such as beer. Therefore, in Romania, beer is over 3.7 times less accessible to Romanians than the European average.

Considering the hourly income averages and the sale price of beer, a Romanian would have to work for 24 minutes to afford to buy a beer, while the European average is of 5 minutes.

Important contributions to the state budget, much over the European average

The direct income to the state budget resulting from the collection of excise taxes pertaining to the beer industry greatly surpasses the average at European level.

In 2011 alone, the collections to the state budget from the excise tax on beer registered a share of almost 60% of the total value for

de bere de 16%, până la nivelul de 17 milioane hl. (Sursa datelor: Studiul Ernst&Young, ediția 2011)

Valoarea adăugată generată de sectorul berii

Chiar și în plină criză economică, sectorul berii a continuat să contribuie semnificativ la economia României, atât direct cât și indirect, reușind ca cererea de bunuri și servicii pe care a generat-o să influențeze pozitiv și alte sectoare de activitate precum: agricultură, transporturi, utilități, echipamente, media, marketing, servicii și industria producătoare de ambalaje. Cele 20 de fabrici de bere din România au adus numeroase beneficii atât furnizorilor de bunuri cât și celor de servicii.

Producția de bere de 17 milioane de hl din ultimii ani a contribuit la economia României cu un stimul direct în valoare de 331 milioane de euro. (Sursa datelor: Studiul Ernst&Young, ediția 2011)

Cele 76.000 de locuri de muncă din industria berii au generat în anul 2010 o valoare adăugată de aproximativ 509 milioane de euro. (Sursa datelor: Studiul Ernst&Young, ediția 2011)

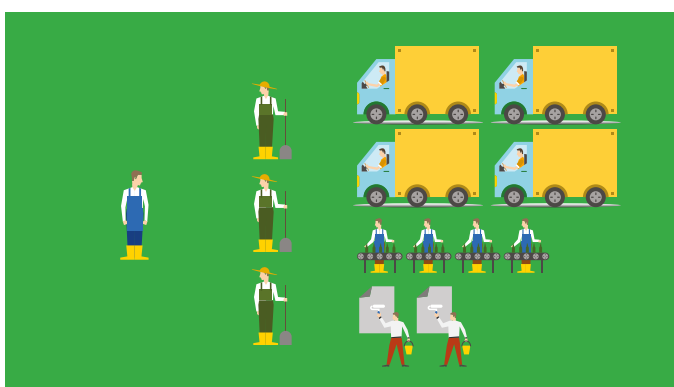
Orice impact asupra industriei berii se transferă asupra ramurilor conexe, cu influențe corespunzătoare asupra bunurilor înglobate și furnizorilor de servicii.

În contextul crizei financiare, reducerea cu 20% 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 datelor: Studiul Ernst&Young, ediția 2011)

■ Sectorul berii din România generează, direct și indirect, 76.000 de locuri de muncă/The Romanian beer sector generates, directly and indirectly, 76,000 jobs



■ La un angajat în sectorul berii din România apar încă 3 în agricultură și încă 10 în restul economiei/ One employee in the Romanian beer sector generates other 3 employees in agriculture and other 10 in the rest of the economy



entire category of the taxable products with alcohol, while the European average is of approximately 30%.

Moreover, the governmental income resulted from the beer industry, obtained through the collection of VAT and other taxes, among which are health insurance and social contributions pertaining to the beer industry and sales were for 2010 alone estimated at 651 million euro. (Source of data: Ernst&Young Study, 2011 edition)

The contributions to the state budget increase as a result of the positive evolution of the market, not as an effect of the fiscal pressure by increasing the excise tax

Proof to this purpose derives from the collection of excise tax in the beer category in 2012 which reached 620 million lei, being on the rise compared to those from 2011, of 580 million lei, a rate of increase well above the difference of the exchange rate considered at the payment of the excise tax (1%).

The beer sector generates, directly and indirectly, 76,000 jobs at the level of Romania's economy

In 2010 alone, the beer production in Romania, of 17 million hl, has generated a number of 76,000 employees, including in regions economically less advantaged. (Source of data: Ernst&Young Study, 2011 edition)

At that time, the number of jobs was over 20% smaller than in 2008, when the beer production reached its climax of 20.2 million hl, starting with 2009 suffering a contraction of 16%, to the level of 17 million hl. (Source of data: Ernst&Young Study, 2011 edition)

The added value generated by the beer sector

Even in full economic crisis, the beer sector continued to contribute significantly to Romania's economy, directly and indirectly, succeeding in the demand of goods and services which it generated to have a positive influence on other activity sectors as well, such as: agriculture, transportation, utilities, equipment, media, marketing, services and the packaging producing industry. The 20 beer factories in Romania brought numerous benefits for the suppliers of goods as well as the suppliers of services.

The beer production of 17 million hl from the past years contributed to Romania's economy with a direct stimulus valued at 331 million euro. (Source of data: Ernst&Young Study, 2011 edition)

The 76,000 jobs in the beer industry generated in 2010 an added value of approximately 509 million euro. (Source of data: Ernst&Young Study, 2011 edition)

Any impact on the beer industry is transferred to the related branches, with corresponding influences on the goods incorporated to the service suppliers.

In the context of the financial crisis, the reduction by 20% in 2010 of the number of jobs directly and indirectly related to the beer production compared to the number from 2008, led to the decrease by 35% of the added value they generated compared to that reached in 2008, of 780 million euro. (Source of data: Ernst&Young Study, 2011 edition)

Piața berii în 2012, primul an de reluare a trendului pozitiv

Producția de bere reprezintă unul dintre cele mai sustenabile sectoare de activitate economică din țară, aproximativ 98% din berea consumată de români fiind produsă local.

Prin numărul important al locurilor de muncă pe care le generează, direct și indirect, nivelul ridicat al investițiilor și contribuțiile importante la bugetul de stat, sectorul berii reprezintă, în contextul economiei României, un factor generator de valoare adăugată la nivelul tuturor ramurilor conexe.

După o prelungită perioadă de contracție la nivelul consumului, urmată de o stagnare a volumelor de vânzări pentru doi ani consecutiv, piața berii reușește să revină în 2012 pe un trend ascendent. Astfel, volumul total al pieței berii a atins 18,2 milioane hl în 2012, înregistrând o creștere cu 7% față de anul anterior. În ceea ce privește nivelul consumului pe cap de locuitor, luând ca referință cele mai recente date privind recensământul populației României făcute publice de către Institutul Național de Statistică (INS), în 2012 consumul de bere per capita a atins valoarea de 90 litri.

Opțiunile consumatorilor în ceea ce privește tipul de ambalaj pentru bere au avut doar mici fluctuații față de valorile înregistrate în 2011, acestea înregistrând pentru PET – 52,5% (+1,2% față de anul precedent), sticlă – 28,2% (-2% față de anul precedent), cutie – 15,8% (+1% față de anul precedent) și draught – 3,5% (-0,2% față de anul precedent).

Pe fondul preferinței tot mai mari a consumatorului român pentru specialități de bere, la nivelul segmentului berilor de import s-a înregistrat pentru al doilea an consecutiv o ușoară creștere, volumul segmentului fiind în prezent de 0,43 milioane hl, mai mare cu aproximativ 59% față de anul trecut. În ceea ce privește exporturile, acestea de asemenea au înregistrat o ușoară creștere, atingând 0,23 milioane hl, cu aproximativ 35% mai mult decât anul trecut.

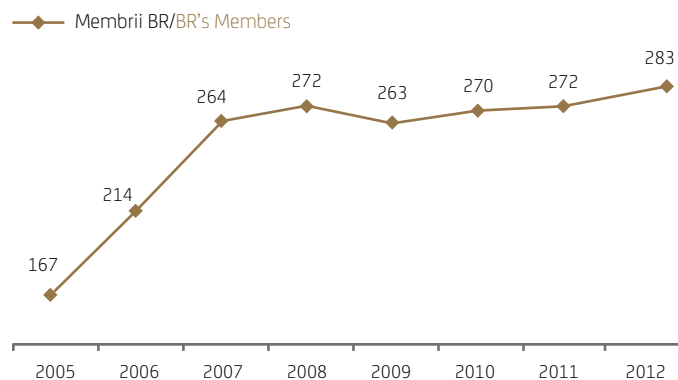
Volumul de vânzări înregistrat la nivelul membrilor Asociației Berarii României au atins anul precedent 16,6 milioane hl. Permanent orientați spre menținerea standardelor de producție la cel mai înalt nivel, investițiile efectuate de membrii Asociației au sporit an de an, perioadele de contracție severă a pieței neconstituind o excepție. Astfel, în 2012 s-a înregistrat pentru cel de-al doilea an consecutiv o creștere de aproape 10 milioane Euro a nivelului investițiilor, atingându-se astfel 71 milioane Euro. Cu un aport important la bugetul de stat pe piața băuturilor alcoolice, reprezentat prin diferite taxe (TVA, accize, taxe de personal, diverse impozite și contribuții la asigurările sociale) contribuțiile membrilor Asociației au atins în 2012 pragul de 283 milioane de euro, în creștere cu 11 milioane de euro față de anul anterior.

Cele șase companii membre ale Asociației asigură un număr de peste 4.250 de locuri de muncă în cadrul celor douăsprezece fabrici de bere, dintre care două microberării. Liniile de producție ale membrilor Asociației sunt prezente în orașe precum Ploiești, Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc, Târgu-Mureș, Sebeș, Pantelimon, Timișoara,

Buzău, Brașov, cele două microberării fiind prezente în Cluj-Napoca și Timișoara.

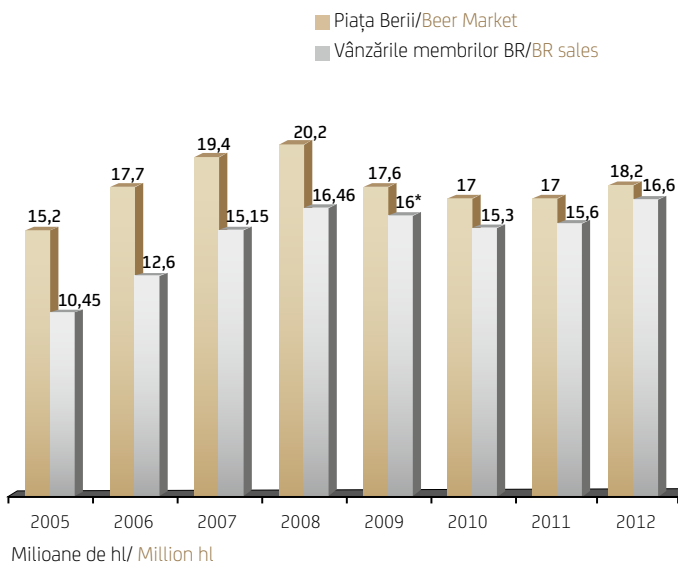
Companiile producătoare de materii prime membre ale Asociației, Soufflet Malt România și Asociația Producătorilor de Hamei din România, completează eforturile de promovare a culturii berii în România. Cei doi producători de materie primă își desfășoară activitățile în nouă fabrici și ferme, asigurând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

Contribuții la bugetul de stat/ State budget contribution



Cifre exprimate în milioane de euro/ Figures expressed in million euro

Industria berii în România/ Beer industry in Romania



Milioane de hl/ Million hl

Surse: Institutul Național de Statistică și Asociația Berarii României/
Sources: National Institute of Statistics and Brewers of Romania Association
*2009 este primul an care include și vânzările Romaqua Group
*2009 is the first year which includes sales of Romaqua Group

The beer market in 2012, the first year with a positive trend

The beer production is one of the most sustainable sectors in the country's economic activity; about 98% of the beer consumed by Romanians is produced locally.

Through the important number of jobs it generates, directly and indirectly, the high level of investments and the important contributions to the state budget, the beer sector represents, within the Romanian economic context, a value added generating factor at the level of all the connecting branches.

After a prolonged period of contraction at the consumption level, followed by a stagnation of the sales volumes for two consecutive years, the beer market manages to recover in 2012 on an increasing trend. Thus, the total volume of the beer market has reached 18.2 million hectoliters in 2012, registering an increase of 7% compared to the previous year. In regards of the consumption level per capita, taking as a reference the most recent data regarding the Romanian population census data published by the National Institute of Statistics (INS), in 2012 the beer consumption per capita reached the value of 90 liters.

The consumers' choice regarding the beer packaging type has had only small fluctuations compared to the values registered in 2011, these registering for PET – 52.5% (+1.2% compared to previous year), bottle – 28.2% (-2% compared to previous year), can – 15.8% (+1% compared to previous year) and draught – 3.5% (-0.2% compared to previous year).

Based on the growing preference of the Romanian consumer for the specialty beers, at the level of the imported beer segment a slight increase was registered for a second consecutive year, the volume of the segment is currently at 0.43 million hectoliters, approximately 59% higher compared to last year. Regarding exports, these have also registered a slight increase, reaching level of 0.23 million hectoliters, approximately 35% higher than the previous year.

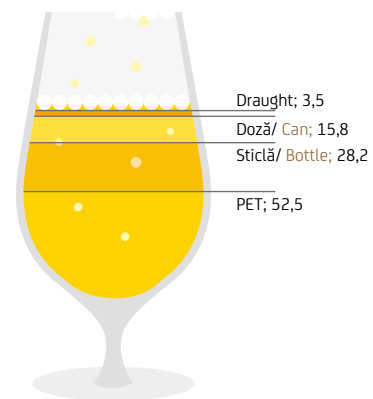
The sales volume registered at the level of the members of the Romanian Brewers' Association has reached last year 16.6 million hectoliters. Permanently oriented towards maintaining the high production standards, the investments made by the Association have increased every year, the periods of severe market contraction have not been an exception. Thus, in 2012 an increase was registered, for the second consecutive year, of 10 million Euros at the investment level, thus reaching 71 million Euros. With an important contribution to the state budget on the alcoholic beverages market, represented by different taxes (VAT, excise, personnel taxes, various taxes and contributions to the social security), the contributions of the Association have reached in 2012 the 283 million euro threshold, increasing with 11 million euro compared to previous year.

The 6 member companies of the Association ensure over 4.250 work places within the twelve beer factories, from which two micro-breweries. The production lines of the Association's members are present in cities such as Ploiesti, Constanta, Craiova, Miercurea Ciuc, Targu-Mures, Sebes, Pantelimon, Timisoara, Buzau, Brasov, and the two micro-breweries are present in Cluj-Napoca and Timisoara.

The companies producing the raw materials members of the Association, Soufflet Malt Romania and The Romanian Hop Producers Associ-

ation, contribute to the promotion efforts of the beer culture in Romania. The two raw materials manufacturers operate in nine factories and farms, thus ensuring over 100 work places and contributing to the state budget with over 8 million euros.

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



% din totalul vânzărilor de bere/ % of the total beer sales

Consum de bere pe cap de locuitor în România/ Beer consumption per capita in Romania

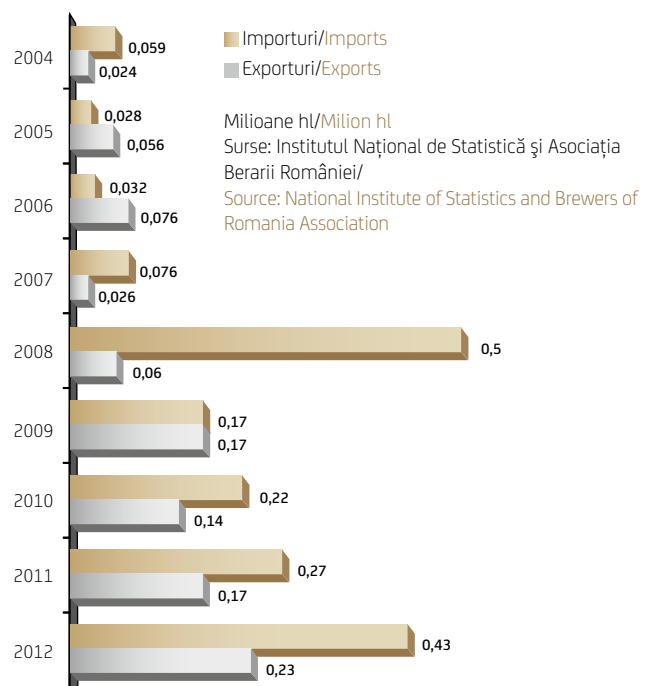
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
71	84	94	99	88	87	84	90

Milioane de hl/ Million hl

Consumul per capita a fost recalculat retroactiv corespunzător ultimelor date obținute în urma recensământului populației.

The consumption was calculated retrospectively according to the last census of the Romanian population.

Importuri/Exporturi Imports/Exports



Milioane hl/Milion hl
Surse: Institutul Național de Statistică și Asociația Berarii României/
Source: 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.

BERGENBIER S.A.

Parte a grupului canadian Molson Coors, unul dintre primii cinci berari ai lumii, compania BERGENBIER S.A. a fost fondată în 1994, iar cea mai importantă marcă din portofoliul său, Bergenbier, a fost lansată un an mai târziu. Astăzi, Bergenbier S.A. este una dintre primele 3 companii producătoare de bere din România, având aproximativ 650 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 Bergenbier, compania importă două specialități belgiene celebre: Leffe și Hoegaarden.

Bergenbier a fost prima bere din segmentul mainstream distribuită la nivel național și prima bere românească ce a inițiat un parteneriat cu fotbalul. Fiind alături de bărbați încă de la început, Bergenbier a proclamat data de 5 mai drept Ziua Bărbatului, o sărbătoare deja îmbrățișată de către români. Sloganul Bergenbier „Prietenii știu de ce” a intrat în limbajul de zi cu zi al românilor, fiind cel mai cunoscut slogan publicitar din industria berii din România. A fost prima marcă de bere mainstream care a lansat un sortiment de bere fără alcool și tot prima din segmentul său care a intrat pe piața berilor cu arome prin Bergenbier Fresh Lemon - o combinație surprinzătoare între bere și suc de lămâie cu conținut redus de alcool.

Printre mărcile produse de fabrica Bergenbier 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 Beck's, cea mai bine vândută bere germană din lume, acest lucru demonstrând priceperea berarilor români de la fabrica Bergenbier. Staropramen, berea pragueză 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 Bergenbier 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 a realizat împreună cu Poliția Rutieră București o campanie de încurajare a șoferilor responsabili care nu conduc după ce consumă alcool 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. Stația de biogaz inaugurată în 2011 la fabrica de la Ploiești permite recuperarea biogazului rezultat în procesul de epurare a apelor uzate și folosirea lui pentru a genera energie termică.

Part of Molson Coors, one of the world's top 5 brewers, BERGENBIER S.A. company was founded in 1994, and its most prominent brand, Bergenbier, was launched one year later. Today, Bergenbier S.A. is among the top 3 beer producers in Romania, has approximately 650 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 Bergenbier factory, the company distributes 2 Belgian specialty beers: Leffe and Hoegaarden.

Bergenbier was the first mainstream beer to be distributed nationwide and the first Romanian beer that initiated a partnership with football. Close to men from the beginning, Bergenbier proclaimed 5th of May as the Man's Day, a celebration already embraced by Romanians. Bergenbier's slogan: „Friends know why” has become a famous saying, being the best known slogan in Romanian beer industry. Bergenbier was also the first mainstream beer brand that launched a non-alcohol alternative and also the first in its segment that entered the flavoured beer market with Bergenbier Fresh Lemon, a surprising combination of beer and lemon juice with low alcohol content, in 2011.

Among the brands produced by the Bergenbier factory there are 3 international strong brands. Stella Artois is a super-premium beer produced in Romania since 1997, following an very old 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 Bergenbier 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, Bergenbier 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 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. The biogas station opened in 2011 at Ploiesti factory allows the re-use of the biogas resulted in the treatment process of waste water thus reducing the gas consumption and also the carbon dioxide emissions.

 **HEINEKEN**



HEINEKEN ROMANIA, parte a Grupului HEINEKEN

HEINEKEN ROMANIA, a proud member of the HEINEKEN Group

HEINEKEN – un producător global de bere

HEINEKEN este o afacere de familie, care s-a dezvoltat de-a lungul timpului. În prezent, HEINEKEN este un producător global de bere: este al treilea producător de bere din lume și cel mai mare din Europa, în termeni de volum. HEINEKEN își desfășoară activitatea în 70 de țări, prin intermediul a 165 de fabrici și a unei rețele globale de distribuție. Heineken®, marca reprezentativă a companiei, este cea mai internațională marcă de bere premium și este disponibilă în peste 170 de țări. Compania HEINEKEN are peste 80.000 de angajați în lume.

HEINEKEN în România

HEINEKEN își desfășoară activitatea în România din anul 1998. În prezent, compania funcționează prin 4 fabrici situate în Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc și Târgu Mureș și are peste 1.100 angajați.

Compania are cel mai diversificat portofoliu de mărci de pe piața de bere din România, acoperind toate segmentele pieței: Heineken®, Silva, Silva Dark, Ciuc Premium, Ciuc Natur Radler, Golden Brau, Golden Brau Non-Alcoolic, Neumarkt, Bucegi, Edelweiss (import), Zipfer (import), Amstel (import), Birra Moretti (import), Krusovice (import), Foster's (import), Strongbow (import), Sol, Desperados, Gosser, Schlossgold, Gambrinus, Harghita și Hațegana.

În 2012, HEINEKEN Romania și-a extins portofoliul prin lansarea Ciuc Natur Radler, primul Radler românesc, având un gust care s-a dovedit a fi iubit de români.

Brewing a Better Future

Agenda de sustenabilitate, „Brewing a Better Future”, reprezintă ambiția globală a companiei de a deveni cel mai „verde” producător de bere din lume, până în anul 2020. În 2010, HEINEKEN Romania a adaptat local agenda de sustenabilitate, aceasta rămânând o arie importantă de activitate a companiei. În anul 2012, compania a progresat în toate ariile agendei de sustenabilitate, de la procesul de producere a berii, până la eficientizarea rutelor de distribuție.

Heineken® aniversează 140 de ani

În 2013, marca Heineken® sărbătorește 140 de ani și oferă consumatorilor săi experiențe care dau viață atributelor care o definesc: calitate, inovație și spirit progresist.

HEINEKEN - a truly global brewer

HEINEKEN Company is a family-owned business, which has been growing over time. Nowadays, HEINEKEN is a truly global brewer: the world's 3rd biggest brewer and Europe's largest brewer by volume. HEINEKEN is operating in over 70 countries through 165 breweries and a global distribution network. The company's flagship brand, Heineken®, is the world's most international premium beer and is available in more than 170 markets. All over the world, HEINEKEN has over 80.000 employees.

HEINEKEN in Romania

HEINEKEN has been operating in Romania since 1998. Currently, HEINEKEN Romania has 4 breweries located in Constanta, Craiova, Miercurea Ciuc and Targu Mures and over 1.100 employees.

The company has the most diversified brands portfolio on the Romanian beer market, covering all the market segments: Heineken®, Silva, Silva Dark, Ciuc Premium, Ciuc Natur Radler, Golden Brau, Golden Brau Non-Alcoholic, Neumarkt, Bucegi, Edelweiss (import), Zipfer (import), Amstel (import), Birra Moretti (import), Krusovice (import), Foster's (import), Strongbow (import), Sol, Desperados, Gosser, Schlossgold, Gambrinus, Harghita and Hategana. In 2012 HEINEKEN Romania extended its portfolio with the launch of Ciuc Natur Radler, the first Romanian Radler whose taste has proved to be loved by the Romanians.

Brewing a Better Future

„Brewing a Better Future” Sustainability agenda is the company's global ambition to become the World's greenest brewer by 2020. In 2010, HEINEKEN Romania adapted the Sustainability agenda locally and ever since then it has been a focus area in the activity of the company. In 2012 the company progressed in all the areas of the Sustainability agenda, from the brewing process to the distribution routes.

Heineken® celebrates 140 years

In 2013 Heineken® brand celebrates its 140 years anniversary and puts in place for its consumers experiences that bring to life the things that the brand stands for: great quality, innovation and progressiveness.



ROMAQUA GROUP

BORSEC



Recomandăm consumul responsabil de bere.

ROMAQUA GROUP

ROMAQUA GROUP BORSEC este o companie cu capital integral autohton privat, fondată în anul 1998. Totalul investițiilor realizate până în prezent se ridică la peste 220 mil. euro, constând, în principal, în tehnologii și echipamente de vârf la nivel mondial, care să asigure obținerea unui produs finit cu cel mai înalt standard calitativ.

Preocuparea pentru un standard calitativ înalt a făcut ca ROMAQUA GROUP să fie prima firmă românească de îmbuteliere care a primit certificarea conform ISO 9001 Sistemul de management al calității. Alte două sisteme de management implementate sunt HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) și IFS (International Food Standard), privind asigurarea securității produselor alimentare din punct de vedere igienico-sanitar.

Piața principală de desfacere a produselor din portofoliu este cea internă. Astfel, Romaqua Group dispune de o rețea de distribuție bine formată, cu acoperire națională.

Preocuparea permanentă pentru menținerea calității produselor precum și grija pentru consumator și pentru dezvoltare durabilă au reprezentat și reprezintă pilonii fundamentali ai succesului Romaqua Group.

Mărci

ROMAQUA GROUP BORSEC are în portofoliu 12 mărci: apele minerale naturale Borsec, apa minerală naturală Stânceni, apa minerală naturală oligominerală Aquatique, băuturile răcoritoare Giusto, Quick Cola, Lămâiță și CICO, semințele de floarea soarelui Metropolitan Play, băutura energizantă Giusto Elektrik, berile Albacher, Dorfer și Mühlbacher.

În luna mai 2008, ROMAQUA GROUP intră pe piața berii cu produsul Albacher, bere blondă produsă exclusiv din ingrediente naturale, cu un ambalaj OxyProof, inovație tehnologică ce include atât dopul cât și materialul PET, care garantează prospețimea produsului pentru perioade mai îndelungate. În luna noiembrie a anului 2010, se lansează pe piață berea Dorfer, iar în decembrie 2012 Romaqua Group introduce pe piață al treilea brand de bere, Mühlbacher. Dozele de bere Albacher, Dorfer și Mühlbacher sunt prevăzute cu folie de protecție din aluminiu care împiedică depunerea prafului și a bacteriilor.

Investiții pentru dezvoltare durabilă

Preocuparea constantă a companiei pentru dezvoltare durabilă s-a concretizat, în cei 15 ani de activitate, și în derularea de investiții în tehnologie ultraperformantă cu consecințe directe, pozitive asupra mediului înconjurător. Încă în anii de început, managementul eficient al energiei a reprezentat o prioritate. Astfel, s-a investit permanent în tehnologii de ultimă oră, care permit recuperarea unor cantități însemnate de apă și energie, ceea ce conduce la un impact redus asupra mediului înconjurător.

Tehnologia de la fabrica de bere Sebeș înglobează cele mai noi tehnologii disponibile la nivel mondial în anul 2008, obținându-se astfel valori record la economiile de apă, CO₂ și energie. Întreaga cantitate de CO₂ degajată în procesul de fermentare a berii este recuperată și refolosită la îmbuteliere și filtrare.

ROMAQUA GROUP BORSEC is a Romanian company with 100% private capital, founded in 1998. The overall investments exceeds 220 million euro, mainly consisting of the most updated technologies and equipments in order to assure a final product of the highest quality.

Its concern for a high quality standard has made possible for Romaqua to be the first bottling Romanian company to be granted the ISO 9001 Quality Management System. Other two management systems implemented are the HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) and IFS (International Food Standard), as it concerns the guarantee of the food products' security from a sanitary and hygienic point of view.

Our products are mainly addressed to the Romanian market. Therefore, Romaqua Group has a well trained national distribution network.

The never-ending concern for maintaining products' quality, as well as the interest for the consumer and for a lasting development, represented and continues to embody the essential ingredients for Romaqua's success.

Brands

ROMAQUA GROUP has 12 brands in its portfolio: Borsec natural mineral waters, Stânceni natural mineral water, Aquatique natural oligomineral water, Giusto, Quick Cola, Lămâița and CICO soft drinks, Metropolitan Play sunflower seeds, Giusto Elektrik energy drink, Albacher, Dorfer and Mühlbacher beers.

In May 2008, ROMAQUA GROUP entered the beer market, launching the brand Albacher, a blonde beer, exclusively produced from natural ingredients, having an OxyProof packaging, a technological innovation which includes the cap and the PET material and guarantees the product's freshness for a longer time. In November 2010, Dorfer beer was launched on the market and in December 2012 Romaqua Group launched the third beer brand, Mühlbacher. Albacher, Dorfer and Mühlbacher cans have an aluminium lid which do not allow dust and bacteria to lay on the can.

Investments for sustainable development

The company's perpetual interest for sustainable development materialized, during 15 years of activity, also by investments in high technologies having direct, positive consequences on the environment. Since the beginning, the active energy management represented a priority. As follows, constant investments in updated technologies were made which allowed meaningful quantities of water and energy to be restored, minimizing the negative impact on the environment.

The beer plant in Sebes is equipped with the highest technology, internationally available in 2008, high values being achieved in terms of water, CO₂ and energy savings. The total amount of CO₂ released during beer fermentation process is restored and used again in bottling and filtration.

PORTOFOLIU UNIC DE MĂRCI INTERNAȚIONALE PREMIUM



CALITATE ȘI INOVAȚIE ÎN FIECARE PRODUS

URBB

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD, 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, încă de la începutul activității în România am hotărât să le oferim doar produse premium de cea mai înaltă calitate.

Pentru noi totul a început cu o sticlă de bere. Iar în cei 16 ani de prezență pe piața din România ne-am păstrat 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 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 250 milioane dolari. Fabrica de lângă București este singura unitate de producție pe care compania o deține în România, fiind una din cele mai moderne fabrici din țară și situată în top 5 cele mai performante fabrici ale grupului internațional 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 în 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, a fost lansată competiția „Capitala Verde a României”, una din cele mai mari inițiative din domeniul protecției mediului înconjurător adresată atât autorităților locale cât și locuitorilor orașelor din România. Primele orașe câștigătoare ale acestui titlu sunt Brașov, în 2011, și Oradea, în 2012.

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, from the beginning of our activity in Romania we have decided to offer highest quality premium products.

For us, everything begins with a bottle of beer. And in the 16 years of activity 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 1994 and has invested so far over 250 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 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. First winning cities of this title were Brasov, in 2011, and Oradea, in 2012.

URSUS *Breweries*



A subsidiary of SABMiller plc

URSUS BREWERIES

URSUS BREWERIES este unul dintre cei mai mari producători de bere din România și este parte a grupului SABMiller plc. Ursus Breweries are fabrici în Brașov, Buzău și Timișoara, precum și o mini-facilitate de producție în Cluj. „Fabrica de Bere URSUS” a devenit deja un reper al orașului, locul unde arta fabricării berii se împletește cu buna dispoziție. La Cluj, consumatorii pot vedea cum se fabrică berea și se pot bucura de prospețimea unei beri abia produse.

URSUS BREWERIES are un portofoliu echilibrat de mărci, compus din beri autentice românești și mărci internaționale de prestigiu: URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Peroni Nastro Azzurro, Grolsch, Azuga, Redd's, Stejar Strong și Pilsner Urquell.

Credem că berea noastră contribuie la momentele plăcute din viață. De aceea, construim o cultură vibrantă a berii în România și îi inspirăm pe oameni să petreacă timp împreună, bucurându-se de o bere bună. În același timp, suntem atenți la posibilele efecte dăunătoare ale unui consum iresponsabil de alcool, și prin acțiunile pe care le facem dorim să avem un impact pozitiv în zonele în care suntem prezenți.

Suntem mândri de faptul că suntem berari și oferim oamenilor momente de bucurie. Lucrăm împreună pentru a aduce românilor cele mai bune produse, pentru a-și putea petrece timpul cu prietenii și pentru a fi inspirați. Inovăm permanent pentru a ne îmbunătăți produsele și pentru a avea rezultate mai bune pentru consumatorii noștri. Faptul că una din trei beri consumate în România este din portofoliul Ursus Breweries spune multe despre calitatea și aprecierea berilor noastre.

Ca parte a SABMiller, în activitatea noastră urmărim zece priorități care ne ajută să facem dezvoltarea durabilă parte a fiecărui lucru. 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.

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, and it is part of SABMiller plc group. It has 3 production facilities located in Brasov, Buzau and Timisoara and a mini production facility in Cluj-Napoca. „Fabrica de Bere URSUS” has become a landmark of the city, the place where the art blends with the good mood. At our mini brewery consumers can see how beer is being brewed and they can enjoy the taste of a fresh made beer and few beer specialties, especially created for Cluj and for its people, because this is where URSUS, the King of Beer in Romania, heart beats.

URSUS BREWERIES has a balanced beer brands portfolio, made of authentic Romanian beers and international prestigious ones: URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Peroni Nastro Azzurro, Grolsch, Azuga, Redd's, Stejar Strong and Pilsner Urquell.

We believe that our beer adds to the enjoyment of life. This is why we have the mission to build a vibrant beer culture in Romania and to inspire people to spend time together around one of our great beers. In the same time, we care about the possible harmful effects of irresponsible alcohol consumption, and through all of our actions we try to make a positive impact in the areas we are present.

We are proud to be brewers and to offer people moments of happiness. We are working together to bring to Romanians our best products so that they can have quality time with their friends and be inspired. We innovate to permanently improve our products and reach the best results for our consumers. The fact that 1 of 3 beers consumed in Romania comes from Ursus Breweries portfolio says a lot about the quality and appreciation of our beers.

As part of SABMiller, in our activity we follow ten priorities that help us make sustainable development part of everything we do. 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.

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 savoare, 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.

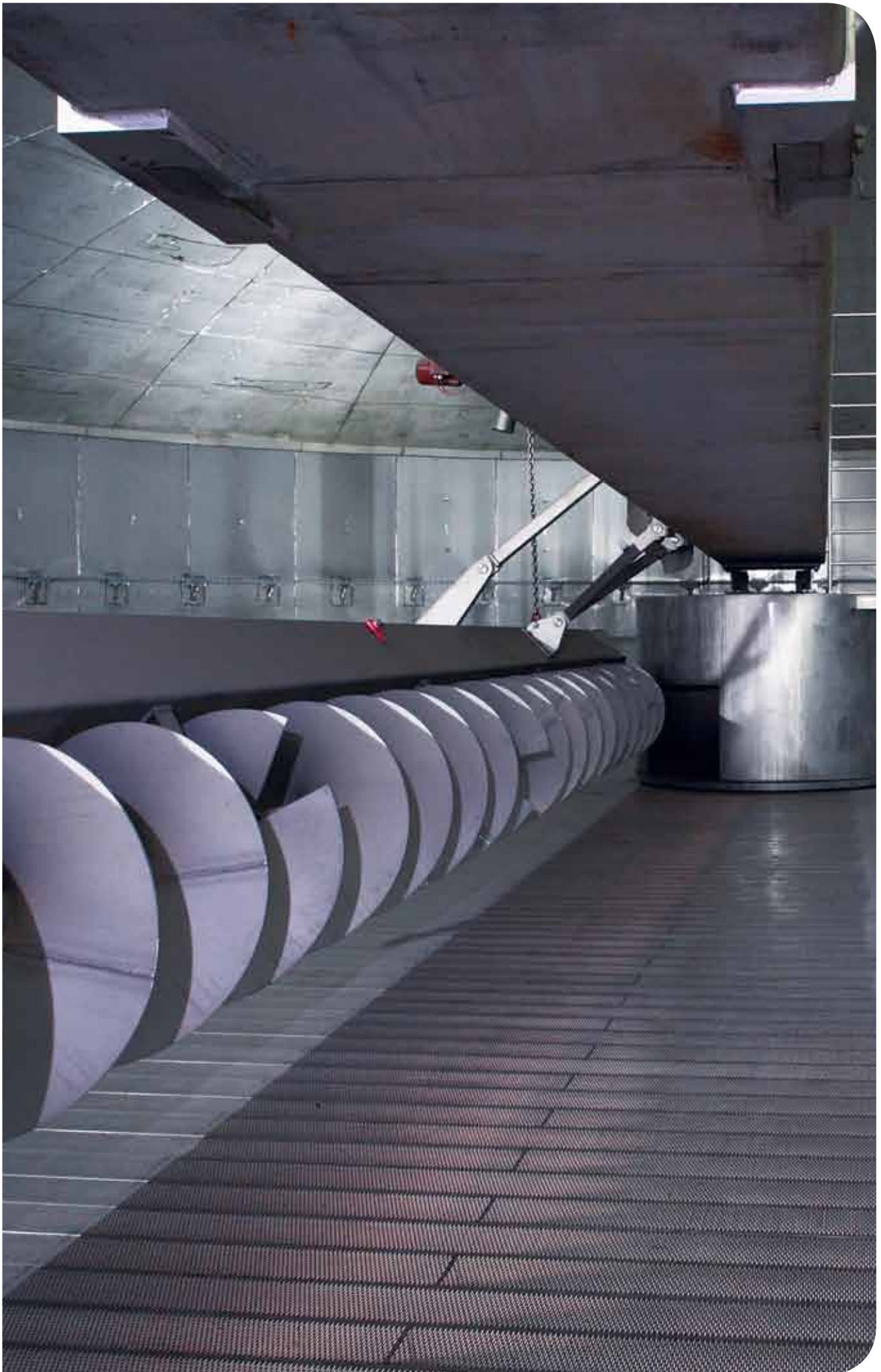
Our wish came true in 2011, when we created the first microbrewery in Timisoara, which we called “Clinica de Bere” (the Beer Clinic). We chose this name for two reasons: firstly because it’s funny, and secondly because it shows our respect for this complex drink. A drink full of significant nutrients, 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.

Sinerгія 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.

Istoricul 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 malțărie 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 Braila and Tandarei in order to promote production, but also to facilitate collection of malting barley.

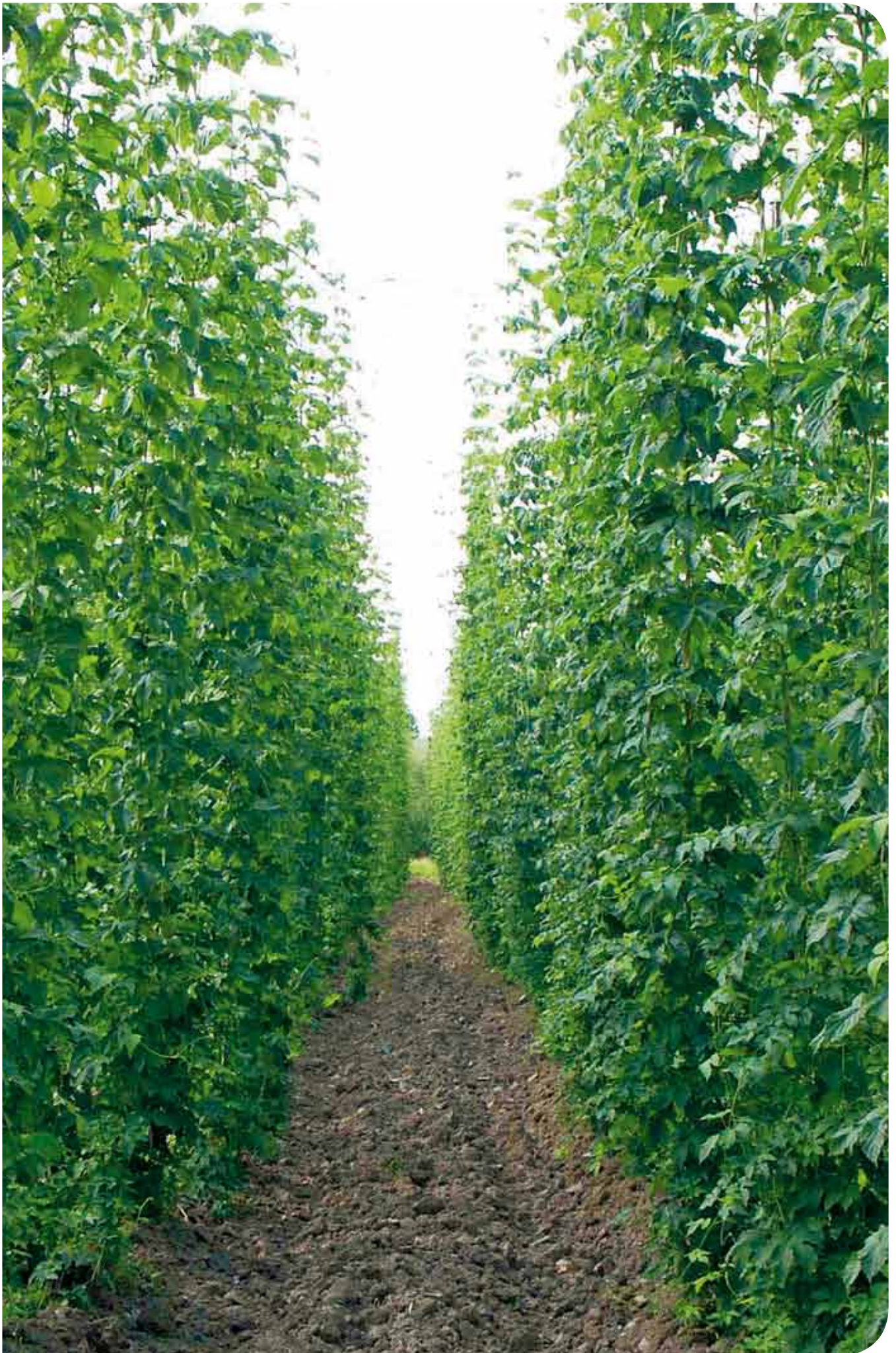
Expertise of Soufflet Agro Romania

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.

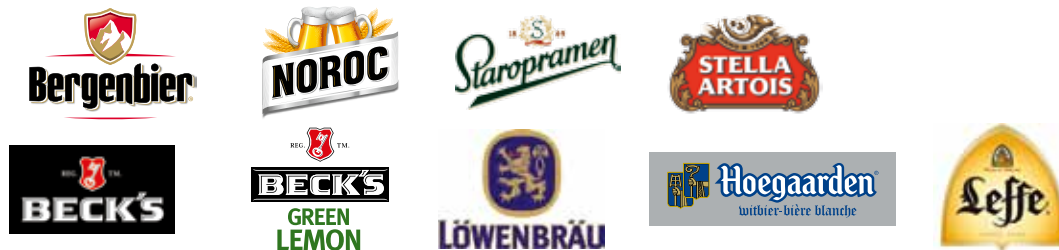
The Association has the latest hop pelletizing section type 90, with a capacity of 500kg/hour, put into operation in 2007. With this installation, the hop is processed and packed so that it keeps its specific natural flavors and acids (α , β , γ) without any intervention. The Association also owns a 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 Mures, 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



- ROMAQUA GROUP



- UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD



- URSUS BREWERIES



Contact/ Contacts

ASOCIAȚIA BERARII ROMÂNIEI/

BREWERS OF ROMANIA ASSOCIATION

Andrew Highcock - 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

ROMAQUA GROUP

Radu Lăzăroiu - Director General/ Managing Director
 Str. Carpați nr. 46, Borsec, județul Harghita
 Telefon: +40 26 633 74 25; Fax: +40 26 633 72 92
 www.romaqua-group.ro

URSUS BREWERIES

Andrew Highcock - 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

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

HEINEKEN ROMÂNIA S.A.

Onno Rombouts - Director General/ Managing Director
 Str. Tipografilor 11-15, aripa A2-L, etaj 4, 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 Ovidia - 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

BERARIUM

Marius Mircea - Director General/ General Manager
 Str. Ghiocilor 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

Recomandăm un consum responsabil de bere.

