

# Raport anual

## Annual Report



Ediția 2012  
2012 Edition



apă water soare barley hamei hops



## Cuprins/Content

<b>Asociația Berarii României sau efortul continuu de a promova cultura berii</b> Brewers of Romania Association or a permanent drive to promote beer culture	<b>4</b>
<b>Opinii management industria berii</b> Beer Industry Management Opinion	<b>6</b>
<b>Mesajul Secretarului General al Asociației Berarii Europei</b> The message of the Secretary General of the Brewers of Europe Association	<b>11</b>
<b>Mesajul lui José Manuel Barroso, Președinte al Comisiei Europene</b> The message of José Manuel Barroso, President of the European Commission	<b>12</b>
<b>Despre bere, prietenie și o viață sănătoasă</b> About beer, friendship and a healthy life	<b>14</b>
<b>Asociația Berarii României, un model de responsabilitate socială</b> Brewers of Romania Association – a model of social responsibility	<b>16</b>
<b>Campanii ale Asociației Berarii României</b> Brewers of Romania Association Campaigns	<b>18</b>
<b>Industria berii, un sector cheie al economiei</b> The beer industry, a key economic sector	<b>20</b>
<b>Membrii Asociației Berarii României</b> Members of the Brewers of Romania Association	
<b>Bergembier S.A.</b>	<b>22</b>
<b>HEINEKEN România</b>	<b>24</b>
<b>Romaqua Group</b>	<b>26</b>
<b>United Romanian Breweries Bereprod</b>	<b>28</b>
<b>Ursus Breweries</b>	<b>30</b>
<b>Berarium</b>	<b>32</b>
<b>Soufflet Malt România</b>	<b>34</b>
<b>Asociația Producătorilor de Hamei din România (APHR)</b> Association of the Hops Producers of Romania (AHPR)	<b>36</b>
<b>Mărcile berarilor noștri</b> Our members' brands	<b>38</b>
<b>Contacte</b> Contacts	<b>39</b>

## Asociația Berarii României sau efortul continuu de a promova cultura berii

**A**sociația Berarii României a fost înființată în anul 2004, având misiunea de a promova și dezvolta o industrie a berii responsabilă și puternică în România.

Din dorința de a asigura un mediu de afaceri sănătos în sectorul producției de bere la nivel național, cinci dintre cele mai mari companii care activează pe piața din România sunt în prezent membre ale asociației: Bergenbier, HEINEKEN România, Romaqua Group, Ursus Breweries și United Romanian Breweries Bereprod. Împreună, cele cinci companii producătoare furnizează peste 90% din cantitatea de bere consumată în România.

Cu o viziune corectă și de ansamblu asupra complexității procesului pe care îl implică producerea unei beri de calitate, anul trecut, Asociația Berarii României și-a deschis larg porțile pentru a-i primi în rândul membrilor săi și pe cei mai importanți producători la nivel național de hamei și malț, materiile prime necesare pentru fabricarea berii: Asociația Producătorilor de Hamei și Soufflet Malt România.

Permanent dornică să extindă numărul său de membri, începând cu acest an, un nou producător de bere s-a alăturat celor deja existenți: Clinica de Bere. Cu sediul în Timișoara, Clinica de Bere este o microfabrică ce va completa cu succes eforturile asociației în direcția dezvoltării culturii berii în România.

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.

Asociația Berarii României reprezintă vocea membrilor săi deopotrivă la nivel local și internațional, atât în relația cu mediul de afaceri și consumatorii, cât și în interacțiunea cu instituțiile statului și cele de reglementare.

Prin intermediul tuturor demersurilor sale, asociația contribuie la dezvoltarea culturii berii în România și promovarea unui consum responsabil.

### Momente de referință

<b>2004</b>	Înființarea Asociației Berarii României
<b>2005</b>	Elaborarea Codului comunicării comerciale în industria berii
<b>2008</b>	Berarilor României devin membri ai Asociației Berarii Europei
<b>2011</b>	Soufflet Malt România și Asociația Producătorilor de Hamei din România devin membri BR
<b>2012</b>	Clinica de Bere, prima microberărie care devine membră a Asociației Berarii României



## Brewers of Romania Association or a permanent drive to promote beer culture

The Brewers of Romania Association was established in 2004, with the mission to promote and develop a responsible and sustainable beer industry in Romania.

Driven by their ambition to ensure a healthy business environment in the national brewing industry, five of the largest players operating in Romania have become members of the Association: Bergenbier, HEINEKEN Romania, Romaqua Group, Ursus Breweries and United Romanian Breweries. Together, the five brewing companies account for over 90% of the beer consumed in Romania.

Having a fair and comprehensive view of the complex processes required to brew quality beer, the Brewers of Romania Association opened up last year and welcomed the most important producers of hops and malt, the raw materials needed for brewing beer: the Association of Hops Producers and Soufflet Malt Romania.

Interested in further extending the number of members, the Association has recently welcomed Clinica de Bere (the Beer Clinic). Having a small brewery in Timisoara, Clinica de Bere will perfectly supplement the efforts of the Association to promote beer culture in Romania.

In 2008, as a consequence of its mission, which is aligned to that of EU member states, the Association joined the Brewers of Europe, the representative organization of

the beer industry in the relation with various international institutions and organizations. Established in 1958 in Brussels, the organization currently has 27 members and represents the interests of around 4,000 brewers in Europe. Moreover, the Brewers of Europe also represents and defends the interests of over 2 million people employed in beer manufacture and marketing.

The Brewers of Romania Association represents the voice of its members both nationally and internationally, in the relation with the business community and the consumers, as well as in the interaction with state and regulatory institutions.

The actions carried out by the Association help develop beer culture in Romania, while promoting responsible consumption.

### Milestones

<b>2004</b>	Establishment of the Brewers of Romania.
<b>2005</b>	Development of the Commercial Code of Communication in the beer industry.
<b>2008</b>	The Brewers of Romania joins the Brewers of Europe.
<b>2011</b>	Soufflet Malt Romania and the Association of Hops Producers in Romania become BR members.
<b>2012</b>	Clinica de Bere, the first micro-brewery to become a member of the Brewers of Romania.





**Hezy Ovadia**  
Președinte/President

**C**red că Berea are o poveste minunată de spus și mă bucur că am șansa de a mă număra printre cei care contribuie la răspândirea acesteia, din postura de președinte al URBB, una dintre companiile fondatoare ale Asociației Berarilor României.

Încă de la înființare, membrii Asociației Berarii României, pe care mă bucur să o reprezint în calitate de președinte, au contribuit semnificativ la consolidarea acestui segment de piață, dezvoltând o cultură a berii în România, prin oferirea unor mărci de bere de calitate consumatorilor români. În plus, eforturile noastre s-au canalizat spre explorarea acestui produs fascinant într-un mod responsabil.

I believe that beer has a wonderful story to tell and I'm happy that I have the chance to be one of the persons contributing in telling this story, as URBB president, one of the founding companies of Brewers of Romania Association.

Since the beginning, the members of Brewers of Romania Association, that I'm happy to represent in this moment as President, contributed significantly in consolidating this market segment, by developing a beer culture in Romania and offering quality beer brands to the Romanian consumers. More than this, our joined efforts were directed in exploring this product in a responsible manner.



**Jens Hoesel**  
Director General/Managing Director

**A**m lucrat în ultimii 17 ani în industria berii în diverse piețe cu provocări diferite, în special în piețe în scădere. În ultimul timp, a devenit clar că subiectele dedicate unui mod de viață sănătos și cele sociale au câștigat mai multă importanță chiar în cadrul industriei berii. De aceea, știu cât de importantă pentru succesul acestei industrii este o asociație a berarilor dedicată, eficientă și competentă. Când am preluat conducerea Bergenbier S.A. am avut șansa să recunosc în membrii Berarii României niște ambasadori de încredere și implicați, care susțin industria noastră, industrie cu tradiție în România. Mă simt totodată mândru că Bergenbier S.A. a fost unul dintre membrii fondatori ai acestei asociații. Voi continua să susțin Berarii României să își îndeplinească obiectivele principale: asigurarea unui mediu de afaceri sănătos și promovarea consumului responsabil de alcool.

I've been working in the Beer Industry for the last 17 years, in different markets, facing different challenges especially beer markets getting down. In addition it became obvious that general social and public health topics have been gaining more relevance also for the beer industry. Therefore I know how important a dedicated, efficient and competent Brewers' Association is for the lasting success of this business. When I took over Bergenbier S.A. I recognized that all the members of the Brewers of Romania are reliable and dedicated ambassadors supporting our industry which has already a long tradition in Romania. I also feel proud that Bergenbier S.A. was one of the founding members of this Association. From my side I will continue to support the Brewers of Romania to achieve its main goals: provide a healthy business environment and promote responsible drinking.



**Andrew Quayle**  
Chief Financial Officer

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

Industria de bere din Romania 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.

**A**s 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

**T**raversăm, de câțiva ani încoace, un context economic dificil pentru sectorul berii din România. Cu toate acestea, la sfârșitul anului 2010 am lansat un nou brand de bere, Dorfer, și nu ne oprim aici. Avem planuri mari pentru viitor și vom contribui, împreună cu ceilalți membri ai Asociației Berarii României, la dezvoltarea responsabilă a industriei berii din România.

**W**e have been crossing, for a few years, a difficult economic context for the beer market in Romania. In spite of this, we launched a new beer brand, Dorfer, at the end of the year 2010 and we are not going to stop here. We have great plans for the future and, along with the other members of the Romanian Brewers Association, we will sustain the responsible development of the Romanian beer industry.



**URSUS**  
Breweries

**Andrew Highcock**  
Președinte/President

Ursus Breweries, cu o prezență de peste 15 ani pe piața românească, continuă să fie dedicat consumatorilor, clienților și angajaților săi, societății românești. Suntem mândri de berile noastre și de rolul pozitiv pe care îl joacă în viața de zi cu zi a românilor adulți, băutori de bere și consumatori responsabili. Avem un portofoliu de mărci divers și echilibrat, compus din beri autentice românești, precum și din mărci internaționale de renume, care oferă consumatorilor cea mai bună bere pentru fiecare ocazie de consum. Oamenii noștri ridică arta fabricării și servirii berii la cel mai înalt nivel. Prin berile și oamenii noștri dorim să avem un impact pozitiv asupra societății românești. Ca membru al Asociației Berarii României, Ursus Breweries susține și promovează o industrie și o cultură a berii responsabile.

After more than 15 years on the Romanian market, Ursus Breweries continues to be committed to its consumers, customers, employees and Romanian society. We are proud of our beers and the positive role they play, when consumed responsibly, in the everyday life of adult Romanian beer drinkers. We have a diverse and balanced portfolio, with authentic Romanian beers and well known international brands, offering consumers the best beer for every consumption occasion. Our people take great care to make and serve our beer to the highest standards. Through our beers and our people we aspire to have a positive impact on Romanian society. 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.



**Marius Mircea**  
General Manager/Director General

Berarium SRL din Timișoara este o microfabrică de bere care produce exclusiv bere nefiltrată și nepasteurizată din clasa premium. Berarium SRL s-a făcut cunoscută pe piața locală prin intermediul brandurilor „Clinica de Bere”, „Terapia Gold” – bere blondă nefiltrată și „Terapia Platin” – bere albă nefiltrată.

Prin asocierea noastră cu Berarii României dorim să atragem atenția industriei de bere și autorităților statului din România asupra existenței noastre, ca microproducători de bere. Totodată, încercăm să încurajăm dezvoltarea acestei ramuri, încă neexploatăată, a industriei de bere din România.

Pe această cale dorim să îi 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

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

Ca parte a Asociației Berării 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 Berării României este un partener redutabil în dezvoltarea durabilă a acestui nobil produs, orzul pentru malț.

**S**oufflet Malt Romania is the largest malt producer of Romania. Mainly the 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 Brewers of Romania Association, Soufflet group participates to promote the beer industry in Romania and to favor 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 the malting barley.



## Asociația Producătorilor de Hamei din România/ Association of Hops Producers of Romania

### Acațiu Mora Președinte/President

**P**rimirea noastră în Asociația Berării 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 Berării României meștesugăresc consumatorilor cea mai gustată licoare – **beră**”.

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 specifică. Să îi învățăm să iubească berea.

Astfel, consumatorii vor avea încredere în naturalitatea berii, vor căuta și vor regăsi în bere caracteristicile văzute și testate.

**W**e 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 beer’s naturalness and they will look for the beer’s seen and tested features.

apă water soare barley hamei hops



## Berarii României, parte a mării familii europene Brewers of Romania, part of the European family



**Pierre-Olivier Bergeron**  
Secretar general Berarii Europei  
Secretary General  
The Brewers of Europe

**B**erarii Europei și Berarii României împărtășesc un set de valori și responsabilități comune, orientate în direcția promovării culturii berii în rândul cetățenilor europeni și dezvoltării unei industrii a berii responsabile și puternice la nivelul întregii Europe.

De-a lungul timpului, partenerii noștri români au reușit să transmită cu succes iubitorilor de bere din România, prin intermediul campaniilor pe care le-au derulat, mesajele care fac referire la un consum responsabil, la istoria și tradiția berii, la un stil de viață echilibrat, toate acestea reușind să susțină ceea ce cu mândrie numim cultura berii.

În ceea ce privește sectorul producției de bere, mă bucur să pot afirma faptul că prin eforturile susținute ale tuturor membrilor am reușit să dezvoltăm o industrie a berii cu un cuvânt greu de spus în cadrul economiei Uniunii Europene, care asigură un număr de peste două milioane de locuri de muncă la nivel regional, iar anual virează peste 50 de miliarde de euro la bugetele naționale. România joacă un rol important în acest cadru european, iar faptul că Asociația Berarii României este membră a Berarilor Europei ne onorează și ne oferă garanția preocupării constante pentru promovarea culturii berii.

**T**he Brewers of Europe and Brewers of Romania share a common set of values and responsibilities towards promoting beer culture among European citizens and supporting a responsible and successful brewing sector across Europe.

Over time, our Romanian partners have been able to successfully disseminate, through all their campaigns towards the beer consumers of Romania, messages that relate to responsible consumption, the history and tradition of beer, and the importance of a balanced lifestyle – all aspects of what we proudly call beer culture.

I am happy to say that the efforts of all our members have created a sector that plays a key role in the EU economy, creating more than 2 million jobs and contributing €50 billion each year in taxes to national governments.

Romania's contribution to European brewing is important, and the Brewers of Romania's membership of The Brewers of Europe is both an honour to us and the guarantee of a responsible partner in the promotion of beer culture.

## Europa are nevoie de „reglementări inteligente“ pentru a genera creștere economică



**José Manuel Barroso**  
Președinte al Comisiei Europene  
President of the European  
Commission

Comisia Europeană apreciază dialogul deschis pe care îl are cu Asociația Berării Europene, în același timp recunoscând contribuția membrilor acestei organizații la economia europeană, atât din perspectiva locurilor de muncă pe care le pun la dispoziția cetățenilor Uniunii, dar și din cea a surselor de venit pentru bugetele naționale. Companiile producătoare de bere din Europa asigură două milioane de locuri de muncă și contribuie cu o valoare de 50 de miliarde euro, reprezentând taxe virate la bugetele de stat, însă acum se confruntă cu un context neprielnic, având în vedere că economia riscă un nou val de recesiune.

„Natura crizei cu care ne confruntăm acum este severă și sistemică, iar măsurile care generează creștere economică reprezintă cheia ieșirii din acest context.“

„De aceea, Comisia Europeană susține de ceva vreme ideea că în completarea măsurilor care au drept obiectiv stabilizarea datoriilor suverane și consolidarea sistemului bancar, măsurile menite să genereze creștere economică sunt cele care au darul de a insufla cetățenilor și piețelor încrederea necesară în viitorul lor și al economiilor europene.“

„Europa are nevoie de ajustări fiscale combinate cu măsuri care să stimuleze creșterea economică, astfel încât să depășească perioada de criză, inclusiv prin folosirea unor

„reglementări inteligente“ care să nu împiedice dezvoltarea la nivelul sectoarelor economiei, așa cum este cel al producției de bere. Aceste măsuri de consolidare fiscală nu pot fi evitate. EU are probleme sistemice și trebuie să promoveze creșterea economică la nivelul pieței unice, asigurând reglementări care să nu împovăreze businessul.“

„Aș vrea totodată să salut eforturile producătorilor de bere pentru a se auto-reglementa și promova o comunicare responsabilă vizavi de consumul de bere în întreaga Europă. Inițiative de acest gen și implicarea pro-activă a reprezentanților industriei sunt exemple excelente despre cum o industrie poate colabora cu autoritățile de reglementare pentru a dezvolta o legislație inteligentă. În același timp, salut acțiunile și angajamentul industriei în comunicarea efectelor negative ale consumului de alcool – Berării Europene se numără printre membrii fondatori ai Forumului Alcohol and Health din cadrul Comisiei, care aduce alături producători și organizații non-guvernamentale preocupate de efectele nocive ale consumului abuziv de alcool. Existența acestui Forum a demonstrat că producătorii de băuturi alcoolice, așa cum este cazul membrilor Berării Europene, au un rol cheie în promovarea consumului responsabil și în conștientizarea publicului privind consecințele abuzului de alcool asupra sănătății.“

*Keynote Speech – Beer Serves Europe – 22 noiembrie 2011  
Discursul integral poate fi găsit pe [www.beerserveurope.eu](http://www.beerserveurope.eu)*

## Europe needs “smart regulation” to boost growth

“The Commission greatly values an open dialogue with the Brewers of Europe, and fully recognizes their important contribution to the European economy, both as job providers and as important revenue contributors to national budgets. Europe’s brewers support some 2 million jobs and contribute €50 billion in taxes but face tough challenges as the economy risks another recession.”

“The nature of the crisis we are now facing is severe and it is systemic and growth-enhancing measures are a key component of that response.”

“That is why the European Commission has been saying for some time that in addition to the very important decisions we have taken together to stabilize the sovereign debt markets and strengthen the banks, boosting growth is the only way to give citizens and markets the much-needed confidence in their future and in the future of the economies in Europe.”

“Europe needs fiscal belt-tightening coupled with growth-enhancing measures to pull itself out of crisis, including

‘smart regulation’ that doesn’t shackle businesses like the brewing sector. These fiscal consolidation measures, they are unavoidable. EU has ‘systemic problems’ and must promote growth by making the single market more flexible, and to ensure that regulation doesn’t overburden business.”

“I would like to commend the efforts of the brewing sector to introduce self-regulation to promote responsible beer advertising across Europe. Initiatives like this and pro-active involvement of industry representations are an excellent example of industry working with regulators to make legislation truly smart. I commend your action and commitment to addressing alcohol-related harm – The Brewers of Europe are founding members of the Commission’s Alcohol and Health Forum; which brings together producers and non-governmental organizations to tackle harm to health caused by alcohol abuse. This Forum has shown that alcohol producers such as the Brewers have a key role to play in promoting responsible.”

*Keynote Speech – Beer Serves Europe – 22<sup>nd</sup> of November 2011  
The full speech can be found on [www.beerserveeurope.eu](http://www.beerserveeurope.eu)*



## Despre bere, prietenie și o viață sănătoasă

**S**e spune că omul a descoperit cum să producă bere înainte de a coace pâine și că berea este unul dintre alimentele pe care Noe le-ar fi luat în arca sa, în timpul marelui potop. De două milenii berea constituie un real liant cultural, fiind considerată în prezent băutura cu cea mai mare notorietate la nivel mondial, după apă și ceai.

E greu de spus dacă există sau nu o băătură cu o rețetă mai veche decât cea a berii, însă cu siguranță istoria acesteia merge mână-n mână 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.

Fabricată în principal din ingrediente naturale (apă, cereale, hamei și drojdie), rețeta berii a trecut cu naturaleză de la o epocă la alta, experimentând diverse gusturi, arome și purtând amprenta fiecărei generații de berari. Din totdeauna, procesul de fabricare a berii se bazează pe un principiu foarte simplu: fermentarea naturală a zaharurilor și extracția cerealelor malțificate cu ajutorul apei fierbinți. 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, recognoscibil și totodată diferit pentru fiecare marcă de bere în parte. În prezent, există aproximativ 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.

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, atestate prin intermediul unei serii importante de studii efectuate de cercetători din întreaga lume. Astfel, printre beneficiile confirmate atribuite consumului de bere se numără: reducerea riscului de apariție a bolilor cardiovasculare, a pietrelor la rinichi, a osteoporozei, a ulcerului, dar și a diabetului de tip II. Mai mult, pe lângă efectul răcoritor, berea are puterea de a reduce senzația de sete și de a rehidrata organismul după depunerea de efort fizic, fără să îngrăse (conținutul său caloric este redus, de doar 43 kcal/100 ml). Ingredientele sale transformă berea într-o reală sursă de antioxidanți, vitamine de tip B, fibre și siliciu, făcând-o parte a unui stil de viață sănătos.

### Momente de referință

**1.** Berea a fost descoperită în urmă cu 8.000 de ani de către palestinieni, iar 2.000 de ani mai târziu sumerienii au dezvoltat peste 10 rețete de bere sub numele de „Sikaru”.

**2.** Prima lege despre bere cu referire la protecția consumatorului datează din Antichitate când Hammurabi, al 6-lea rege al Babilonului a inclus reglementări privind activitatea tavernelor în marele Cod de Legi. Aceste reglementări aveau în vedere distribuția berii și erau create astfel încât să protejeze consumatorii. Berea era considerată o băătură nutritivă, de aceea deținătorii de taverne erau obligați să acorde o rație zilnică de doi litri de bere pentru muncitori, trei pentru servitorii obșnuiți și cinci pentru administrator și preoțime.

**3.** Cunoscutul scriitor grec Sofocle încuraja cumpătarea prin scrierile sale în care sugera că o dietă sănătoasă este compusă din „pâine, carne, legume verzi și zythos(bere)”.

**4.** Intrată în vigoare în 1516, în Bavaria, legea Purității Berii Germane (Reinheitsgebot) a reușit fără îndoială să intre în istorie. A fost concepută în special din rațiuni economice – pe de o parte, pentru menținerea costului cerealelor folosite la fabricarea pâinii la un nivel accesibil omului de rând, având în vedere că la vremea respectivă atât grâul cât și orzul erau disputate între brutari și berari, ceea ce făcea ca prețul acestora să urce simțitor, iar pe de altă parte, pentru a proteja piața Germaniei de aflulxul berilor fabricate în afara granițelor sale. Invocată mai ales în cadrul campaniilor de marketing ale producătorilor de bere, legea Purității Berii Germane nu este însă decât consecința unui context istoric și economic care a facilitat apariția sa.



## About beer, friendship and a healthy life

**M**an is said to have discovered how to brew beer even before baking bread, and beer is considered one of the foods that Noah would have taken on his Ark during the Great Flood. For two millennia, beer has been a genuine cultural binder, being considered as the world's third most popular beverage after water and tea.

It is hard to say whether there is any other beverage with an older recipe than beer, but what is certain is that beer's history goes hand in hand with the world's history. Every glass of beer tells a story, defines an emotion, a feeling, a human interaction, managing to overcome cultural and social barriers where other communication strategies fail. Brewed mainly from natural ingredients (water, cereals, hops and yeast), the recipe of beer was naturally passed on from one era to another, experiencing various tastes and flavors and bearing the mark of each generation of brewers. The brewing process has always relied on a very simple principle: natural fermentation of sugars and extraction of malted cereals with the help of hot water. The variety of the cereals that can be used to brew beer, from barley, corn, oats or rye in Europe, and even rice in Asia, has determined the brewers to try various combinations,

so that the final result should have that unique, distinctive taste, and yet so specific and different for each beer brand. There are currently around 20,000 beer brands in the world, brewed in over 180 styles, depending on the cereal mix, the type of yeast, the processing of the main ingredients and the temperature used in the fermentation process.

People have known since the dawns of history to appreciate not only the agreeable social experience associated with drinking beer, but also its beneficial effects for the body, demonstrated by various studies carried out by researchers all over the world. Thus, the confirmed benefits attributed to beer include: reduction of the risk to develop cardiovascular diseases, kidney stones, osteoporosis, ulcer and type II diabetes. Moreover, in addition to its refreshing taste, beer has the power to quench thirst and rehydrate the body after physical effort, without making you fat (having low calorie content, of only 43 kcal/100 ml). Its exclusively natural ingredients turn beer into a rich source of antioxidants, vitamins B, fiber and silicium, being part of a healthy lifestyle.



### Milestones

1. Beer was discovered 8,000 years ago by a Palestinian, and 2,000 years later, Sumerians developed over 10 beer recipes referred to as "Sikaru".
2. The first law on beer referring to consumer protection dates back from Antiquity, when Hammurabi, the sixth king of Babylon, included regulations on the activity of taverns in his famous Code of Laws. These regulations concerned beer distribution and were worded in such a way so as to protect consumers. Beer was considered as a nutritious beverage, which is why tavern owners had to give a daily ration of two liters of beer to the workers, three to regular servants and five for the administrator and the clergy.
3. The known Greek writer Sophocles encouraged moderation, suggesting in his writings that a healthy diet contains "bread, meat, green vegetables and zythos (beer)".
4. Entered into force in 1516, in Bavaria, German beer purity law (Reinheitsgebot) undoubtedly managed to go down in history. The law was designed especially for economic reasons – first, to keep the cost of grains used to make bread at an accessible level for the poor people, since at that time both wheat and barley were disputed between bakers and brewers which made their prices to rise significantly and, on the other hand, to protect the German market against beers produced outside its borders. Claimed especially during the marketing campaigns for beer, German beer purity law is only a consequence of historical and economic context of its emergence.

## Asociația Berării României, un model de responsabilitate socială

**G**rija față de comunitatea în care își desfășoară activitatea sau, cu alte cuvinte, acțiunile de responsabilitate socială au reprezentat una dintre prioritățile Asociației Berării României încă din primii săi ani de funcționare.

O mare parte a eforturilor organizației sunt canalizate în direcția comunicării responsabile la nivelul sectorului berii, o dovadă palpabilă a preocupării în acest sens fiind elaborarea Codului de Comunicare Comercială Responsabilă privind Berea, principalul instrument de autoreglementare al industriei.

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 întru totul 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 nivel de industrie a advertisingului, prin reprezentanții săi, Asociația Berării României este membră a Consiliului Director al RAC (Romanian Advertising Council). În acest context, ca un exemplu 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, aparținând RAC.

În paralel cu acțiunile de reglementare a unei comunicări responsabile, Asociația Berării României s-a concentrat și pe atenta informare a unor anumite publicuri țintă privind efectele nocive ale consumului de băuturi alcoolice: adolescenții, prin intermediul campaniei „Alcoolul nu te face mare!”, și conducătorii auto, prin intermediul campaniei, „Cedează volanul când bei!” În plus, publicul larg este invitat să se informeze privind consecințele consumului de alcool accesând secțiunea „Savurează responsabil”, de pe site-ul Asociației.

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, beneficiile se opresc și încep riscurile, toți membrii asociației derulează campanii dedicate de informare.

Ca o consecință firească a unui comportament responsabil, Asociația Berării României manifestă un interes crescut și pentru protecția mediului. Astfel, Asociația promovează și susține managementul integrat al deșeurilor prin intermediul colectării selective, ca soluție viabilă pentru protejarea mediului pe termen lung.





## Brewers of Romania Association - a model of social responsibility

Care for the community where it operates and its social responsibility actions have been top priorities for the Brewers of Romania since the very beginning.

The organization channels many of its efforts towards responsible communication in the beer industry, which has been proven by the drafting of the Commercial Code of Communication on Beer, the main self-regulatory tool of the industry.

The Code sets out rules with regard to the commercial communication of all the Association members, focusing in particular on encouraging responsible beer consumption and on targeting advertisements only to people above the age of 18.

Moreover, the Brewers of Romania Association is a Board member of the Romanian Advertising Council (RAC), which is meant to ensure full compliance of the members with the rules laid down in the Commercial Code of Communication, as well as to ensure responsible commercial communication in the advertising industry. As a best practice example in the Romanian environment, the Commercial Code of Communication was enclosed as an annex to the Advertising Code of Practice developed by RAC.

In parallel with its actions to regulate responsible communication, the Brewers of Romania also focuses on careful information of certain target groups with regard to the harmful effects of alcohol consumption: teenagers, through the campaign "Alcohol doesn't make you big!", and car drivers, through the campaign "Pass the wheel when you drink!". In addition, the public may access the Association's website, "Enjoy responsibly" Section, in order to find out more about the consequences of alcohol consumption.

In addition to the efforts undertaken by the Association in promoting responsible consumption, all the communication campaigns conducted by the brewing companies that are members of the Association are based on promoting responsible consumption. Thus, all Association members carry out dedicated information campaigns, with the obvious goal of making consumers be aware of the borderline between benefits and risks.

As a natural consequence of responsible behavior, the Brewers of Romania Association is also highly concerned with environmental protection. In this regard, it has participated actively in the consultations and lobbying actions which have taken place in the Parliament on the Selective Collection of Waste Packaging.



## Campanii/Campaigns

### Românii iubesc berea

Campania „Românii iubesc berea“ a fost lansată în anul 2010 și a avut ca scop informarea adulților cu privire la valorile și tradiția berii la noi în țară. Mesajele acestei campanii au evidențiat faptul că berea este o experiență plăcută care aduce prietenii laolaltă, este un simbol al convivialității și un produs pe care îl savurezi întotdeauna cu plăcere. Campania a fost fundamentată pe doi piloni principali: o campanie TV concretizată în difuzarea a două spoturi care au reușit să surprindă momente plăcute specifice consumului acestei băuturi; cel de-al doilea pilon a fost susținut prin relații publice menite să dezvolte și să sublinieze mesajele adresate consumatorilor, prin explicarea caracteristicilor și beneficiilor produsului, de la experiența gustului, la efectele pozitive pe care consumarea acestei băuturi le poate avea asupra organismului.

### Romanians love beer

“Romanians love beer” campaign was launched in 2010 and was aimed at informing adults with regard to the values and tradition of brewing in our country. The campaign key messages highlighted that beer is a pleasant experience, which brings friends together, it is a symbol of conviviality and a product you always enjoy drinking. The campaign was built around two main pillars: a TV campaign consisting of two spots which managed to capture agreeable consumption moments specific to this beverage; PR actions meant to elaborate upon and highlight the messages to the consumers, by explaining the characteristics and benefits of beer, from the taste experience to the positive effects that it may have for the body.

### Cedează volanul când bei!

### Pass the wheel when you drink!

Încă din anul 2008, Asociația Berării României, cu sprijinul Direcției Poliției Rutiere din cadrul Inspectoratului General al Poliției Române și a Consiliului Național al Audiovizualului, recomandă șoferilor să nu conducă sub influența băuturilor alcoolice, în scopul reducerii numărului accidentelor rutiere.

Aflată la cea de-a patra ediție, campania a debutat anul trecut, la începutul lunii decembrie, și s-a derulat până la mijlocul lunii ianuarie 2012, fiind prezentă în atenția conducătorilor auto pe întreaga perioadă a sărbătorilor de iarnă. Dezvoltată sub un concept larg, adoptat la nivel european, cea mai recentă ediție a campaniei a beneficiat de participarea pro-bono a bine-cunoscutului pilot de raliu, Titi Aur, care a transmis conducătorilor auto români un mesaj de urmat: „Cedează volanul când bei!”

Since 2008, the Brewers of Romania in cooperation with the Road Traffic Police Authority within the General Police Inspectorate of Romania and the National Audiovisual Council, have conducted a campaign recommending drivers not to drive after drinking alcohol, the purpose being to lower the number of traffic accidents. Now at its fourth edition, the campaign started in December last year and continued until mid-January 2012, all throughout the winter holidays. Developed based on a concept widely accepted at European level, the latest edition benefited from the pro bono participation of the well-known race pilot Titi Aur, who conveyed the following message to Romanian drivers: “Pass the wheel when you drink!”

## Alcoolul nu te face mare!

## Alcohol doesn't make you big!

Campania socială „Alcoolul nu te face mare” a fost adresată liceenilor din toată țara cu scopul conștientizării efectelor nocive ale consumului abuziv de alcool și descurajarea unei astfel de practici în rândul adolescenților. Campania a fost lansată ca program pilot în București în 2006 și a fost derulată până în anul 2010, la nivel național, cu rezultate extrem de bune. Astfel, peste 2.000 de liceeni din șapte orașe au beneficiat de sedințe de consiliere în grup, iar 1.200 de profesori din mediul preuniversitar au fost desemnați „ambasadori” ai campaniei. În același timp, părinților le-a fost pus la dispoziție un ghid destinat lor, distribuit în 7.000 de exemplare și descărcat de peste 4.000 de ori de pe site-ul campaniei.

Înscris sub umbrela organizației Berarii Europei, programul a primit aprecierile Comisiei Europene de la Bruxelles. Campania a fost susținută de eforturile cumulate ale Ministerului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, Inspectoratul General al Poliției Române și ale Asociației Berarii României. În prezent, site-ul campaniei, [www.alcoolulnutefacemare.ro](http://www.alcoolulnutefacemare.ro), a devenit o sursă de informare pentru adolescenții care doresc să afle cât mai multe în legătură cu consumul de alcool, venind în întâmpinarea întrebărilor pe care aceștia le au pe această temă.

The social campaign “Alcohol doesn't make you big” was addressed to high school pupils from all over the country, with a view to raising their awareness with regard to the harmful effects of abusive alcohol consumption and deterring such practices among teenagers. The campaign was launched as a pilot program in Bucharest in 2006 and lasted until 2010, yielding extremely positive results at the national level. Thus, over 2,000 high school pupils from seven towns benefited from group counseling sessions, and a number of 1,200 pre-university teachers were designated as “ambassadors” of the campaign. The parents also benefited from a guidebook distributed in 7,000 copies and downloaded over 4,000 times from the campaign website.

The program, carried out under the umbrella of the Brewers of Europe, was recognized by the European Commission in Brussels. The campaign was supported by the joint efforts of the Ministry of Education, Research, Youth and Sports, the General Romanian Police Inspectorate and the Brewers of Romania Association.

The campaign website [www.alcoolulnutefacemare.ro](http://www.alcoolulnutefacemare.ro) has become an important source of information for the teenagers who wish to find out more about alcohol consumption, providing answers to their questions.



## Industria berii, un sector cheie al economiei

În ciuda contextului economic nefavorabil al ultimilor ani, sectorul producției berii rămâne cel mai patriotic domeniu de producție, 99% din berea consumată în România fiind produsă local. Mai mult, producția de bere reprezintă unul dintre cele mai sustenabile sectoare de activitate economică din țară, fapt demonstrat prin calitatea produselor pe care le pune la dispoziția consumatorilor, numărul locurilor de muncă pe care le generează, nivelul ridicat al investițiilor și contribuțiile importante la bugetul de stat.

Volumul total al pieței berii a atins 17 milioane hl în anul 2011, menținându-se la nivelul anului precedent. Calculat având ca referință datele furnizate de ultimul recensământ al populației României, consumul de bere per capita în 2011 a atins valoarea de 89 litri.

Preferințele consumatorilor în ceea ce privește ambalajul de bere au avut doar mici fluctuații față de valorile înregistrate în 2010, acestea înregistrând pentru PET – 51,3% (+2% față de anul precedent), sticlă – 30,2% (-1,5% față de anul precedent), cutie – 14,8% (-1,2% față de anul precedent) și draught – 3,7% (+0,7% față de anul precedent).

În ceea ce privește sectorul berii importate, acesta a înregistrat o ușoară creștere, totalizând 0,27 milioane hl, fapt care denotă o orientare a consumatorilor spre specialități de bere. În ceea ce privește exporturile, acestea de asemenea au înregistrat o ușoară creștere, atingând 0,17 milioane hl.

Vânzările realizate la nivelul Asociației Berării României au atins un volum de 15,6 milioane anul precedent. Considerat un real motor de redresare a vânzărilor și de consolidare a businessului, nivelul investițiilor efectuate de membrii Asociației a înregistrat în 2011 o creștere de 10 milioane Euro față anul precedent, atingând astfel 61 milioane Euro.

Contribuția la bugetul de stat prin diferite taxe (TVA, accize, taxe de personal, diverse impozite și contribuțiile la asigurările sociale) ale membrilor asociației a atins pragul de 272 milioane de euro, în creștere cu 2 milioane de euro față de 2010.

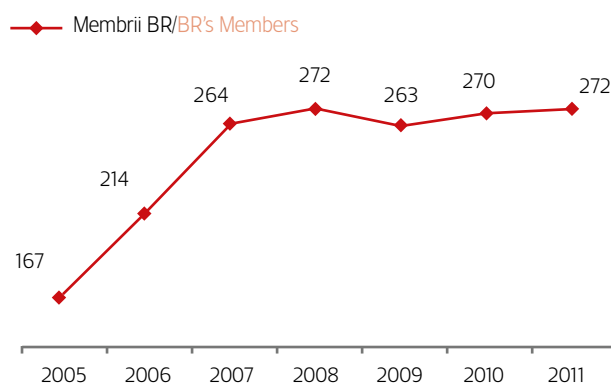
În acest moment, cele cinci companii membre ale Asociației oferă un număr de peste 4.100 de locuri de muncă în cadrul celor zece fabrici de bere situate în diferite orașe din țară, precum Ploiești, Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc, Târgu-Mureș, Sebeș, Pantelimon, Timișoara, Buzău, Brașov.

Cele două companii producătoare de materii prime, membre ale Asociației din 2011, Soufflet Malt România și Asociația Producătorilor de Hamei din România, susțin cu succes eforturile de promovare a culturii berii în România, de educare a consumatorilor privind consumul responsabil de bere și de informare asupra beneficiilor acestei bău-

turi fabricate din ingrediente naturale. Cei doi producători de materie primă își desfășoară activitățile în nouă fabrici și ferme și asigură un număr de 118 de locuri de muncă, contribuind la bugetul de stat cu peste 8 milioane de euro.

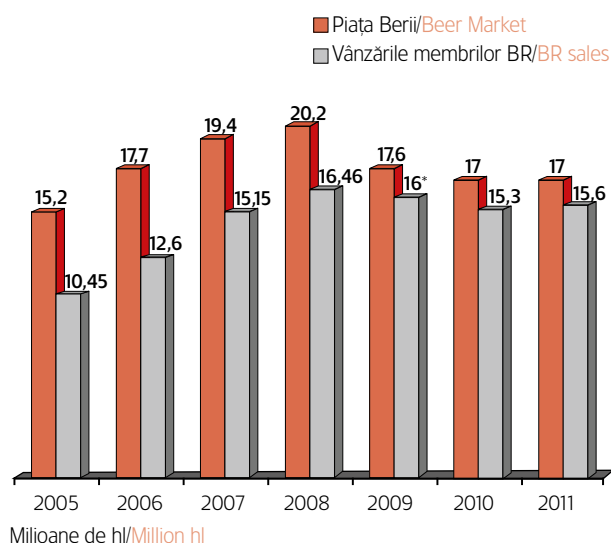
După o perioadă dificilă care s-a făcut resimțită printr-o contracție semnificativă la nivelul consumului, menținerea volumului pieței berii pentru doi ani consecutivi la același nivel constituie primul semnal pozitiv că eforturile conjugate ale producătorilor au reușit să contracareze un context economic negativ și au condus la consolidarea pieței, creând premisele pentru o viitoare revenire a sectorului.

### 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



Surse: Institutul Național de Statistică și Asociația Berării 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 industry, a key economic sector

Despite the unfavorable economic context over the past few years, the brewing industry has remained the most patriotic production sector, as 99% of the amount of beer that is consumed in Romania is locally produced. Moreover, the brewing industry is the most sustainable economic sectors in Romania, which is proven by the quality of the products delivered to consumers, the number of people employed in this industry, the high level of investments and the significant contributions to the state budget.

The total volumes on the beer market reached 17 million hl in 2010, at the same level as in the previous year. The beer consumption per capita in 2011, calculated based on the reference data provided by the latest population census, amounted to 89 liters.

The consumers' preferences as regards beer packaging registered only small fluctuations compared to 2011, as follows: PET – 51.3% (+2% y-o-y), glass – 30.2% (-1.5% y-o-y), can – 14.8% (-1.2% y-o-y) and draught – 3.7% (+0.7% y-o-y).

The sector of imported beer increased slightly, up to 0.27 million hl, which shows a certain orientation of the consumers towards beer specialties. Exports also registered a slight increase, up to 0.17 million hl.

The sales volume recorded by the “Brewers of Romania” members reached 15.6 million last year. Considered as a real driver for sales recovery and business consolidation, the investments made by the Association members increased by 10 million Euros in 2011 compared to the previous year, up to 61 million Euros.

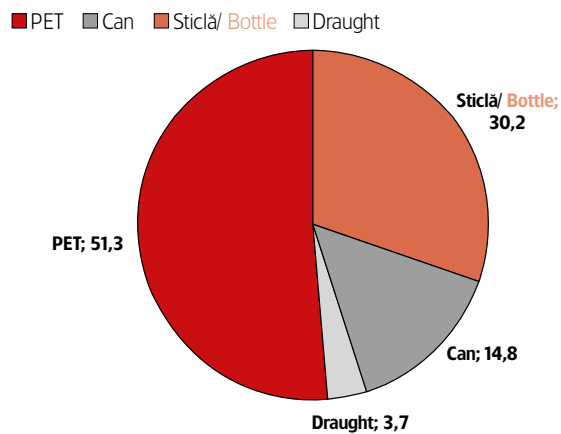
The Association members' contribution to the state budget by various taxes (VAT, excise duties, payroll taxes, various duties and social security contributions) amounted to 272 million Euros, up 2 mil. Euros versus 2010.

The five members of the Association currently employ over 4.100 people in their ten breweries located across the country, in towns such as Ploiești, Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc, Târgu-Mureș, Sebeș, Pantelimon, Timișoara, Buzău, Brașov.

The two companies that produce raw materials and have been members of the Association since 2011, Soufflet Malt România and the Romanian Hops Producers' Association, successfully support the efforts to promote beer culture in Romania, educate consumers with regard to responsible beer consumption and inform about the benefits of this beverage brewed using natural ingredients. The two raw materials producers carry out their operations in 9 factories and farm and provide employment to a number of 118 people, contributing over 8 million Euros to the state budget.

After a difficult period which translated into a significant contraction of the consumption, the maintenance of a flat beer volume for two consecutive years is the first positive signal that the joint brewers' efforts managed to offset the negative economic context and strengthened the market, laying the foundations for the future recovery of the sector.

### 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

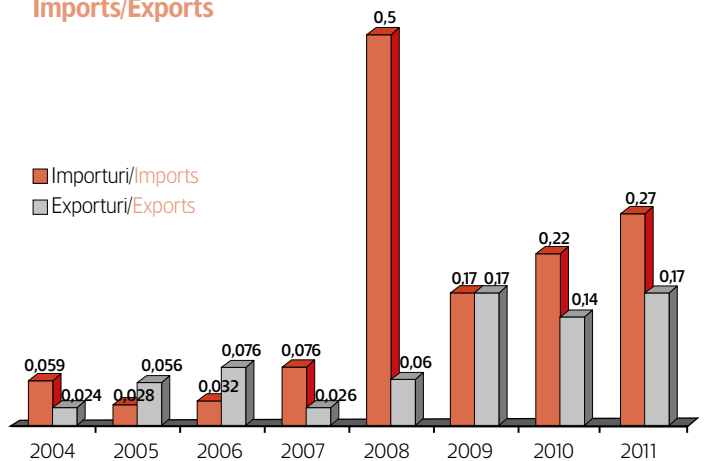
An	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Consum (hl)	71	85	94	100	89	88	89

Milioane de hl/Milion 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 Berării României/

Source: National Institute of Statistics and Brewers of Romania Association

apă water soare barley hamei hops



**Bergenbier**  
STARBEV GROUP COMPANY

S.A.

**NOROC**  
**BECK'S**  
**BECK'S**  
*Staropran*  
**Bergenbier**  
**Bergenbier**  
**Bergenbier**  
**STELLA ARTOIS**  
*Leffe*  
*Leffe*  
*begaarden*

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

## Bergembier S.A.

Parte a grupului StarBev, compania a fost fondată în 1994, iar cea mai importantă marcă din portofoliul său, Bergembier, a fost lansată un an mai târziu. Astăzi, Bergembier S.A. este una dintre primele trei companii producătoare de bere din România, având aproximativ 600 de angajați, o fabrică modernă la Ploiești și o rețea performantă de distribuție națională. Portofoliul companiei cuprinde mărci care acoperă toate segmentele pieței. Pe lângă berile proprii, produse în fabrica Bergembier, compania importă două specialități belgiene celebre: Leffe și Hoegaarden.

**Bergembier** a fost prima bere din segmentul mainstream distribuită la nivel național și prima bere românească ce a inițiat un parteneriat cu fotbalul. Fiind alături de bărbați încă de la început, Bergembier a proclamat data de 5 mai drept Ziua Bărbatului, o sărbătoare deja îmbrățișată de către români. Sloganul Bergembier „Prietenii știu de ce” a intrat în limbajul de zi cu zi al românilor, fiind cel mai cunoscut slogan din industria berii din România. În 2011, în gama Bergembier au apărut două produse noi: **Bergembier Nefiltrată din Grâu** – o specialitate destinată celor care prețuiesc gustul autentic al berii albe și **Bergembier Fresh** – o specialitate răcoritoare cu conținut redus de alcool, o combinație surprinzătoare între bere și suc de lămâie. Printre mărcile produse de fabrica Bergembier se numără și trei branduri puternice, internaționale. **Stella Artois** este o bere super-premium produsă în România încă din 1997 după o rețetă belgiană străveche. În 2003, România a fost prima țară din Europa, după țara de origine, care a obținut licența de a produce local **Becks**, cea mai bine vândută bere germană din lume, acest lucru demonstrând priceperea berarilor români de la fabrica Bergembier. **Staropramen**, berea 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 Bergembier dezvoltă o strategie de responsabilitate socială concentrată pe patru arii de interes. Prima direcție o reprezintă programele de **consum responsabil de alcool**, Bergembier S.A. fiind prima companie care a inițiat un program de luptă împotriva vânzării de alcool minorilor – „Respect 18”. 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 deșeuri produse. Stația de biogaz inaugurată în 2011 la Ploiești permite recuperarea biogazului rezultat în procesul de epurare a apelor uzate și folosirea lui pentru a genera energie termică. Cea de-a treia direcție vizează **programele de implicare comunitară**, iar cea de-a patra arie de interes social este aceea de **angajator responsabil**.

Part of **StarBev Group**, the company was founded in 1994, and its most prominent brand, Bergembier, was launched one year later.

Today, Bergembier S.A. is among the top 3 beer producers in Romania, has 600 employees, a modern production plant in Ploiești and a national distribution network.

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

**Bergembier** 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, Bergembier proclaimed 5th of May as the Man's Day, a holiday already embraced and celebrated by Romanians.

Bergembier's slogan: "Friends know why" has become a famous saying, being the best known slogan in Romanian beer industry. In 2011, two new products were launched in the Bergembier range: **Bergembier Unfiltered** – a specialty beer dedicated to those who cherish the authentic taste of white beer and **Bergembier Fresh** – a refreshing combination of beer and lemon juice.

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

Besides innovation and constant concern for quality, Bergembier company develops a social responsibility strategy that focuses on 4 main areas. The first area is represented by the **responsible drinking** programs, Bergembier S.A. being the first Romanian brewer that launched a campaign which fights against selling alcohol to minors – “**Respect 18**”.

Moreover, the company pays great attention to **environmental protection**, through selective waste collection programs and investing in modern production technologies which reduce waste and energy. The biogas station opened in 2011 at Ploiești 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.

Bergembier is also a **responsible employer** and **constantly involved in the development of the community** where it activates.

**HEINEKEN**



HEINEKEN recomanda consumul responsabil de bere



## HEINEKEN România

Parte a Grupului HEINEKEN, Compania HEINEKEN a fost fondată în România în anul 1998, purtând inițial denumirea de Brau Union. Începând din martie 2007, compania și-a schimbat numele în HEINEKEN România, schimbare care a însemnat și adoptarea culturii și a valorilor Grupului HEINEKEN.

Începând cu 1 februarie 2012, HEINEKEN a adoptat în România noua Identitate Vizuală globală, care reflectă evoluția companiei pe plan local și global. Identitatea Vizuală actuală constă într-un design nou, numele companiei fiind cu majuscule și completat de o stea roșie, ce reprezintă spiritul și energia celor 70.000 de angajați ai HEINEKEN din toată lumea. Noul logo al companiei se diferențiază de logo-ul mărcii Heineken®, cel din urmă rămânând neschimbat. Identitatea legală a companiei rămâne aceeași, S.C. HEINEKEN ROMÂNIA S.A.

Portofoliul de mărci oferit de Compania HEINEKEN acoperă toate segmentele pieței de bere din România: Heineken, Desperados, Silva, Silva Dark, Ciuc Premium, Golden Brau, Golden Brau fără Alcool, Neumarkt, Bucegi, precum și alte mărci locale sau importate din toate colțurile lumii.

HEINEKEN deține patru fabrici pe teritoriul României, situate în Constanța, Craiova, Miercurea Ciuc și Târgu-Mureș. Compania are 1.100 de angajați, oameni dedicați care lucrează fie în fabrici, fie în sediile de birouri ale companiei.

HEINEKEN are patru valori fundamentale care guvernează activitatea grupului la nivel mondial: Pasiune pentru Calitate, Bucuria de a trăi, Respect pentru oameni și Respect pentru planetă. Aceste valori reprezintă fundamentul pe care HEINEKEN își desfășoară activitatea peste tot în lume.

Agenda de Sustenabilitate HEINEKEN: În 2010, HEINEKEN a lansat în România componenta locală a programului „Brewing a Better Future”, care face parte din Agenda Globală de Sustenabilitate a HEINEKEN N.V. Abordarea companiei asupra sustenabilității este caracterizată printr-o viziune integrată care acoperă toate ariile de activitate ale companiei pentru o perioadă de 10 ani și ne ajută să ne atingem obiectivul de a ne desfășura activitatea în România pe termen lung, în mod eficient și responsabil, și de a avea o contribuție pozitivă asupra societății, mediului și comunităților în care ne desfășurăm activitatea. „Brewing a Better Future” nu este doar o viziune, ci un plan de acțiune cu obiective clare și publice.

În 2011, HEINEKEN a publicat în România a doua ediție a „Raportului de Sustenabilitate”, care face parte din agenda de Sustenabilitate, „Brewing a Better Future”. În acest raport, compania își informează partenerii despre rezultatele obținute în anul 2010 în ariile economic, mediu și siguranță și le prezintă planurile de viitor.

Raportul este disponibil pe website-ul companiei, [www.heinekenromania.ro](http://www.heinekenromania.ro)

Part of the HEINEKEN Group, HEINEKEN in Romania was initially founded in 1998, under the name of Brau Union Romania. Starting with March 2007, the company's name was changed into HEINEKEN Romania. This change meant also adopting HEINEKEN culture and values.

Starting February 1st 2012 HEINEKEN adopted in Romania the new global Visual Identity, which reflects the evolution of the Company both locally and globally. The new Visual Identity includes a re-designed HEINEKEN name, written in capital letters, complemented by a red spark, representing the spirit and energy of the Company's more than 70.000 employees worldwide. The redesign distinguishes the corporate name from the Heineken® beer brand, which remains unchanged. The legal identity of the Company will continue under the name of S.C. HEINEKEN ROMANIA S.A.

Brands Portfolio: HEINEKEN portfolio covers all the segments of the Romanian beer market: Heineken, Desperados, Silva, Silva Dark, Ciuc Premium, Golden Brau, Golden Brau Non Alcoholic, Neumarkt, Bucegi, and other local brands or imported from all around the world.

Breweries: HEINEKEN has four breweries in Romania situated in Constanța, Miercurea Ciuc, Craiova and Târgu-Mureș. The Company has 1100 employees, dedicated people who work either in the breweries or in the Company offices.

Values: HEINEKEN has four core values that lead the businesses worldwide: Passion for quality, Enjoyment of life, Respect for people and Respect for our planet. These values are the basis on which HEINEKEN builds its business around the world.

HEINEKEN Sustainability Agenda: In 2010, HEINEKEN launched in Romania the local component of “Brewing a Better Future” program, as part of the new HEINEKEN N.V. global Sustainability agenda.

The Company's approach on Sustainability is characterized by an integrated ambition for all areas of its business, for the coming 10 years and helps us achieve our objective to carry out our activity in Romania on the long term, in an efficient and responsible manner and to positively contribute to the society, environment and communities in which we activate. “Brewing a Better Future” is not just a vision, but an action plan with clear and public targets.

In 2011, HEINEKEN published in Romania the second edition of the “Sustainability Report”, as part of the “Brewing a Better Future” Sustainability Agenda. In this report, the Company informs its partners about its performances in 2010 in the economic, environment and safety areas and presents its future plans.

The report is available on the company website, [www.heinekenromania.ro](http://www.heinekenromania.ro).



ROMAQUA GROUP  
BORSEC



## Romaqua Group

**R**omaqua Group Borsec este o companie cu capital integral autohton privat, fondată în anul 1999. Totalul investițiilor realizate până în prezent se ridică la peste 200 milioane de 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, cafeaua naturală Metropolitan Caffè, semințele de floarea soarelui Metropolitan Play, băutura energizantă Giusto Elektrik, berile Albacher și Dorfer.

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 2010, se lansează pe piață berea Dorfer. Dozele de bere Albacher și Dorfer 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 peste zece 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, CO<sub>2</sub> și energie. Întreaga cantitate de CO<sub>2</sub> degajată în procesul de fermentare a berii este recuperată și refolosită la îmbuteliere și filtrare.

**R**omaqua Group Borsec is a Romanian company with 100% private capital, founded in 1999. The overall investments exceeds 200 million euros, 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, Lămâiță and CICO soft drinks, Metropolitan Caffè natural coffee, Metropolitan Play sunflower seeds, Giusto Elektrik energy drink, Albacher and Dorfer 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. Albacher and Dorfer 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 over ten 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, CO<sub>2</sub> and energy savings. The total amount of CO<sub>2</sub> released during beer fermentation process is restored and used again in bottling and filtration.

apă water soare barley hamei hops



URBB

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD

## United Romanian Breweries Bereprod

United Romanian Breweries Bereprod, cunoscută și ca Tuborg România, 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 2012 sărbătorim 15 ani de când prima sticlă de bere produsă în fabrica din România a ieșit pe poartă. În tot acest timp, ne-am păstrat promisiunea de a crea un portofoliu de mărci premium, iar cel mai important este că am reușit să construim identitatea de neconfundat a celor mai apreciate mărci de bere din România: Tuborg, Carlsberg, Skol, Holsten, alături de mărcile importate Guinness, Kilkenny, Carlsberg Elephant, Grimbergen și Kronenbourg 1664.

Compania URBB este prezentă pe piața românească a berii din anul 1994, investind până în prezent peste 221 milioane de dolari. Fabrica de lângă București este singura capacitate de producție pe care compania o deține în România, fiind una dintre cele mai moderne fabrici din țară și situată în top 5 cele mai performante fabrici ale grupului multinațional Carlsberg A/S.

Încă de la începutul activității noastre, inovația a fost o prioritate. Am implementat cu succes inovații care au devenit repere 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 dintre cele mai mari inițiative din domeniul protecției mediului înconjurător adresată atât autorităților locale cât și locuitorilor orașelor din România.

United Romanian Breweries Bereprod, also known as Tuborg Romania, is the first Eastern European company that 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 the highest quality products.

For us, everything began with a bottle of beer. And in 2012 we are celebrating 15 years since the first bottle came out of our factory. During all this time, we kept the promise to create a portfolio of exclusively premium brands and the most important thing is that together we managed to build the unmistakable identity of the most appreciated brands on the Romanian market: Tuborg, Carlsberg, Skol, Holsten and the imported beers Guinness, Kilkenny, Carlsberg Elephant, Grimbergen and Kronenbourg 1664.

The company entered the Romanian market in 1994 and has invested so far over 221 million dollars. The brewery is the only production site 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 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.

# URSUS Breweries



A subsidiary of SABMiller plc

## Ursus Breweries

**U**rsus Breweries este unul dintre cei mai mari producători de bere din România și parte a grupului SAB-Miller plc. Misiunea companiei este de a înțelege și a respecta consumatorii și de a le oferi mărcile de bere care să fie prima lor alegere în orice ocazie de consum. În Ursus Breweries, oamenii și mărcile sunt avantajul cel mai durabil, și faptul că 1 din 3 beri consumate de români este o marcă Ursus Breweries spune multe despre calitatea berilor noastre și despre aprecierea de care acestea se bucură din partea consumatorilor.

Fabricile Ursus Breweries sunt situate în Brașov, Buzău și Timișoara. Mini-facilitatea de producție „Fabrica de Bere URSUS” din Cluj 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 de-abia produse.

**Ne mândrim cu mărcile Ursus Breweries, care alcătuiesc un portofoliu echilibrat între beri autentice românești și mărci internaționale de prestigiu.**

- **URSUS** este Regele Berii în România, marcă cu un puternic ADN românesc
- **Timișoreana** este cel mai popular brand românesc, născut acum 300 de ani în cea mai veche fabrică de bere din România
- **Ciucaș** este berea favorită a naturii
- **Peroni Nastro Azzuro** este un exemplu al tradiției și măiestriei italiene, al pasiunii și al priceperii care o caracterizează
- **Grolsch** este berea care de 400 de ani susține artiștii inovatori, promotorii unei noi atitudini
- **Pilsner Urquell** este prima bere blondă din lume, cu un gust bogat, desăvârșit de apă pură, orzul superior din Boemia și Moravia și nobilul hamei de Saaz
- **REDD'S** este berea aromată, preferată femeilor și care are misiunea de a fi mereu pe placul consumatoarelor sale
- **Azuga** este „berea veselă” al cărei gust ne face să ne amintim de momentele de voie bună și râs cu prietenii
- **Stejar Strong**, cu gust intens și culoare ambrată, este o bere pentru bărbații care știu ce vor și vor cu tărie.

### Dezvoltare durabilă

Conform cu cele 10 principii de dezvoltare durabilă pe care le susține, Ursus Breweries s-a implicat și continuă să se implice activ în viața comunităților în care își desfășoară activitatea prin programe de promovare a unui comportament responsabil legat de consumul de alcool, de susținere a tinerei generații și a antreprenoriatului, precum și de protejare a mediului înconjurător.

Vizitați [www.ursus-breweries.ro](http://www.ursus-breweries.ro) pentru mai multe detalii despre cele 10 principii de dezvoltare durabilă, grupate pe platforma „Zece Priorități. Un singur viitor.”

**U**rsus Breweries is one of the largest brewers in Romania and part of SABMiller plc group. The company's mission is to understand and to respect the customers and to offer them the beer brands that are their first choice at any consumption opportunity. In Ursus Breweries the people and the brands are the most sustainable advantage and the fact that 1 of 3 beers consumed by Romanians is an Ursus Breweries brand says a lot about the quality of our beers and about the appreciation they enjoy from the consumers.

Ursus Breweries has 3 production facilities located in Brasov, Buzau and Timisoara. The mini-production facility “Fabrica de Bere URSUS” in Cluj has become a landmark of the city, the place where the art blends with the good mood. In Cluj consumers can see how beer is being brewed and they can enjoy the taste of a fresh made beer.

**We are proud of Ursus Breweries beer brands, part of a balanced portfolio made of authentic Romanian beers and international prestigious brands.**

- **URSUS** is the King of Beer in Romania, the brand with a strong Romanian DNA
- **Timișoreana** is the most popular Romanian beer brand, born 300 years ago in the oldest brewery in Romania
- **Ciucaș** is nature's favorite beer
- **Peroni Nastro Azzuro** is an example of Italian tradition and craftsmanship, of the passion and mastery that characterizes it
- **Grolsch** is the beer that for 400 years supports innovative artists, the promoters of a new attitude
- **Pilsner Urquell** is the first blonde beer in the world with exquisite rich taste of pure water, superior Bohemia and Moravia barley and noble Saaz hops
- **REDD'S** is the flavored beer, women's favorite and which has the mission to always please its consumers
- **Azuga** is the “happy beer” whose taste makes us remember the happy moments of good mood and laughter with friends
- **Stejar Strong**, with its intense flavor and amber color, is a beer for the strong men who know what they want

### Sustainable Development

According to the 10 principles of Sustainable Development that it supports, Ursus Breweries has engaged and continues to be actively involved in the life of the communities in which it operates, by developing programs that promote responsible behavior related to alcohol consumption, supporting the young generation and entrepreneurship as well as environmental protection.

Visit [www.ursus-breweries.ro](http://www.ursus-breweries.ro) for more details about the 10 principles of Sustainable Development, grouped under the platform “Ten Priorities. One future”.

apă water soare barley hamei hops



[WWW.CLINICADEBERE.RO](http://WWW.CLINICADEBERE.RO)

S.C. BERARIUM S.R.L.





## Berarium

### Povestea noastră începe cu plăcerea de a bea bere

Noi, un grup de șase prieteni (ulterior asociați la Clinica de Bere), obișnuim 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 uitate de către unii, respectiv mult visate de către alții.

### Our story starts with the joy of beer drinking

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

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

### 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.

**2007:** Grupul Soufflet începe construcția de la zero a unei noi malțării

**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).

### 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 monitorizare 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 muncă 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 Pitești, Buzău and Timisoara.

**2007:** The Soufflet Group starts the construction of a new malting plant on a green-field farm land.

**2009:** Setting up Soufflet Agro Romania - The new malting plant in Buzău 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).

### 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 Buzău, 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 equipments 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 Cultivatorilor 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 ( $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ ), 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 aceștea numărându-se Bere Mureș, Bere Suceava, Bere Azuga, Bere Albrau, dar și companii mari precum Bere Sebes, URBB, URSUS și, din 2011, cu 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 ( $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ ) without any intervention. The Association also owns a cold storage that ensures the product's depositary until it is delivered. All these circumstances created by SAPARD ensure product's competitiveness in this segment and the Associations' customers are Bere Mureș, Suceava Beer, Beer Azuga, Albrau Beer, and large companies as Sebes, URBB, Ursus and HEINEKEN România (starting with 2011).

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



## Mărcile berarilor noștri/Our members' brands

- **Bergembier**



- **Berarium**



- **HEINEKEN România**



- **Romaqua Group**



- **United Romanian Breweries Bereprod**



- **Ursus Breweries**



## Contact/Contacts

### Asociația Berarii României

Constantin Bratu – Director General  
Str. Poterași nr. 10, etaj 2, sector 4, București  
Telefon: +40 21 317 29 77; Fax: +40 21 317 29 85  
E-mail: info@berariiromaniei.ro  
[www.berariiromaniei.ro](http://www.berariiromaniei.ro)

### Bergensbier

Jens Hoesel – Director General  
Iride Business Park, Bd. Dimitrie Pompeiu nr. 9-9A,  
Clădirea 20, etaj 1, sector 2, București  
Telefon: +40 21 243 11 00; Fax: + 40 21 243 10 01

### HEINEKEN România

Andrew Quayle – Chief Financial Officer  
Telefon: + 40 21 202 77 00; Fax: + 40 21 316 06 70  
[www.heinekenromania.ro](http://www.heinekenromania.ro)

### Romaqua Group

Radu Lăzăroiu – 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](http://www.romaqua-group.ro)

### United Romanian Breweries Bereprod

Hezy Ovidia – Președinte  
Bd. Biruinței nr. 89, Pantelimon, Ilfov  
Telefon: +40 21 205 50 00; Fax: +40 21 205 50 09  
[www.tuborg.pressroom.ro](http://www.tuborg.pressroom.ro)

### Ursus Breweries

Andrew Highcock – Președinte  
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

### Berarium

Marius Mircea – General Manager  
Str. Ghiocailor nr. 21, 300399, Timișoara  
Telefon: +40 735 00 30 33  
<http://www.clinicadebere.ro/>

### Soufflet Malt România

Francois-Xavier D'Hollander – Executive Director  
DN2B – km 9+900, Buzău  
Telefon: +40 238 402 861; Fax: +40 238 402 888  
[www.soufflet.com](http://www.soufflet.com)

### Asociația Producătorilor de Hamei din România

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



Recomandăm un consum responsabil de bere.

[www.berariiromaniei.ro](http://www.berariiromaniei.ro)