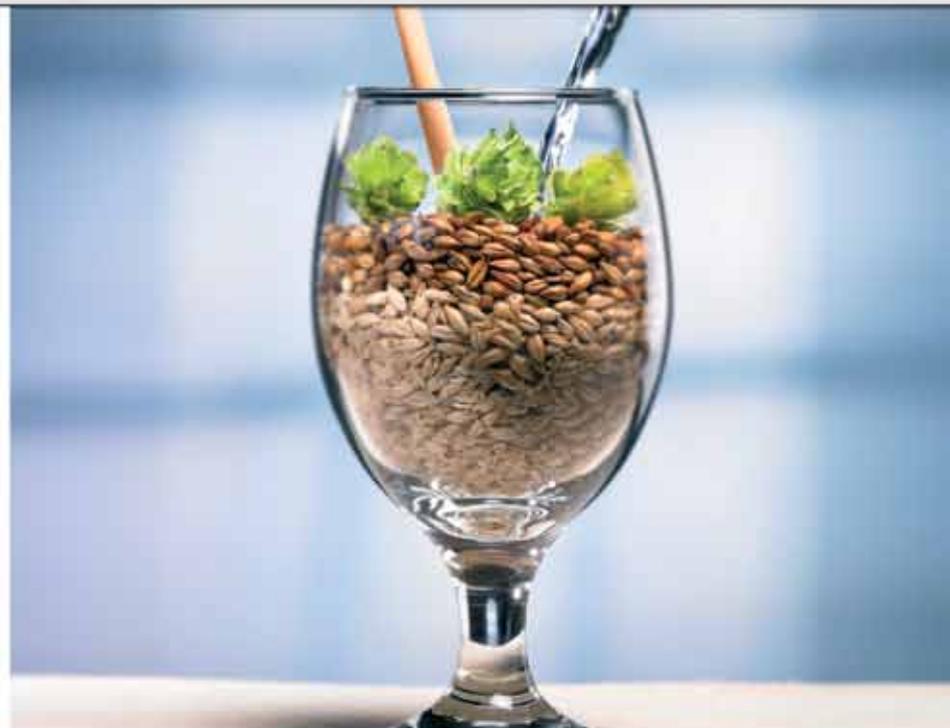




water barley hops barley hamei water
apa soare hops



ediția 2011 / 2011 edition



BERARII ROMÂNIEI



Cuprins/ Contents

Opinii management industria berii Beer Industry Management Opinion	2
Asociația Berarii României, parte a marii familii Berarii Europei Brewers of Romania, part of the large family of Brewers of Europe	7
Mesajul Secretarului General al Asociației “Berarii Europei” The message of the Secretary General of the „Brewers of Europe” Association	9
Să descoperim minunatele povești ale berii! Discovering the beer beautiful stories!	10
Comportament responsabil Acting responsible	12
Industria berii din perspectiva economică The beer industry from the economic perspective	14
„BEREA, cel mai «patriotic» sector de producție din România” „BEER, the most «patriotic» production sector in Romania”	17
Membrii Asociației “Berarii României” Members of the “Brewers of Romania” Association	
Bergenbier S.A.	19
Heineken România	21
Romaqua Group Borsec	23
United Romanian Breweries Bereprod	25
Ursus Breweries	27
Soufflet Malt România	29
Asociația Producătorilor de Hamei din România (APH) Association of the Hops Producers of Romania (AHP)	31
Mărcile berarilor noștri Our members’ brands	32
Contacte Contacts	33

Bergenbier S.A. – Mihai Ghyka, Director General/ General Director



Am văzut mereu Berarii României ca o asociație de breaslă ce reunește majoritatea producătorilor de bere din România în dorința de a promova imaginea industriei berii ca pe o industrie responsabilă. Avem dorința ca prin auto-reglementare să fim în acord cu standardele Berarilor Europei, din care Berarii României fac parte.

Industria berii este una din cele mai competitive industrii din România, având un număr important de jucători internaționali și de mărci locale ce își dispută un consum aflat actualmente în declin, sub efectul crizei economice globale.

Bergenbier S.A., producătorul unor renumite branduri precum Bergenbier, Stella Artois, Beck's, Noroc și Lowenbrau, este mândru să fie membru fondator al Asociației „Berarii României” și să contribuie la un mediu economic sănătos în parteneriat cu instituțiile statului.

I have always seen the “Brewers of Romania” Association as an industry association that gathers most of the beer producers in Romania, with the desire to promote the image of the beer industry as a responsible one. By self-regulation we wish to be in compliance with the standards of Brewers of Europe, a forum that “Brewers of Romania” Association is part of.

The beer industry is one of the most competitive industries in Romania that has a significant number of international players and local brands, which fights against the declining trend in consumption as an effect of the global economic crisis.

Bergenbier S.A., the producer of the famous brands like Bergenbier, Stella Artois, Beck's, Noroc and Lowenbrau, is proud to be a founding member of the “Brewers of Romania” Association and to contribute to a healthy economic environment in partnership with the state institutions.

Heineken România - Jan Derck van Karnebeek, Managing Director

Asociația «Berarii României» reunește peste 90% din industria berii din România și numără acum printre membrii săi și marii producători de malț și hamei din țară. Astfel, berea este o industrie națională: marea majoritate a ingredientelor folosite la fabricare este cultivată în România, 99% din berea consumată la nivel național provine din producția internă (INS) și aproximativ 10.300 de persoane din România sunt angajate în industria berii (Studiul Ernst & Young 2009, “The contribution made by beer to European Economy”). Berea este un produs natural care, dacă este consumat cu moderație, oferă o experiență plăcută consumatorilor. Prin urmare, toți membrii Asociației își unesc forțele în promovarea consumului responsabil de bere.

«Brewers of Romania» Association brings together more than 90% of the Romanian beer industry and now also includes the major malt and hops producers of Romania. Beer is thus a national industry: the great majority of the ingredients used in producing beer is grown in Romania, 99% of the consumed beer in Romania is brewed locally (NIS) and approximately 10.300 people in Romania are directly employed in the brewing industry (2009 Ernst & Young study, “The contribution made by beer to the European Economy”). Beer is a natural product which, if consumed with moderation, offers a pleasant experience to its consumers. Therefore, all the members of the Association join their efforts in promoting a responsible consumption of beer.



Romaqua – Radu Lazaroiu, Managing Director



Am fost onorați când Berarii României ne-au invitat, la începutul anului 2009, să facem parte din Asociație. Eram prima companie românească care adera la BR și eram nerăbdători să vedem sinergia celor 5 companii: patru multinaționale și o companie 100% românească. Rezultatele au fost pe măsura așteptărilor noastre, maniera de lucru bazându-se întotdeauna pe profesionalism și respect reciproc.

We were honored to have been invited to join the «Brewers of Romania» Association, at the beginning of 2009. We are the first Romanian company to become member of the BR and we were eager to watch the synergy of the five companies: four multinational corporations and a 100% Romanian company. The results came up to what we expected, the working approach being always based on professionalism and mutual respect.

United Romanian Breweries Bereprod Hezy Ovadia, Președinte/ President

Dincolo de eforturile constante investite în promovarea și încurajarea unui obicei sănătos al consumului de bere în mod responsabil în rândul românilor, Asociația reunește pasiunea pe care fiecare membru în parte o are pentru crearea uneia dintre cele mai căutate și apreciate băuturi ale lumii - berea. A fi unul dintre membrii Asociației «Berarii României» reprezintă pentru noi provocarea de a oferi consumatorilor români mărci de bere premium de cea mai înaltă calitate și, totodată, ne oferă un cadru care ne permite să avem o perspectivă complexă asupra acestui segment de piață în ansamblul său. Suntem membri ai Asociației «Berarii României» încă de la lansarea acesteia și ne bucurăm că și pe viitor ne vom concentra împreună eforturile pentru consolidarea acestui segment pe piața românească, precum și pentru respectarea intereselor consumatorilor.

Beyond the constant effort invested in the promotion and the encouragement of responsible consumption of beer among Romanians, the Association rejoins a passion that each and anyone of us has for the creation of one of the most wanted and appreciated drinks in the world – beer. Being a member of «Brewers of Romania» Association means, on one hand, to stand for a great challenge in offering premium beer brands to the Romanian consumer and on the other hand, it gives us the opportunity to have a greater perspective upon this market segment. We are a member of the «Brewers of Romania» Association from the early beginnings and not only that are we glad for concentrating our efforts towards consolidating this segment of the Romanian market, but for respecting the consumers' interests, too.



Ursus Breweries – Gary Whittle, Președinte/ President



În pofida contextului economic dificil și a impactului acestuia asupra pieței berii, Ursus Breweries va continua să ofere consumatorilor mărci de bere de o calitate excelentă, așa cum aceștia și le doresc și, în același timp, să promoveze un consum responsabil al berilor noastre”.

Despite the current difficult economic situation and its impact on the beer market, Ursus Breweries remains committed to meeting the Romanian beer consumer's desire for top quality beers whilst continuing to promote responsible consumption of our products.



Asociația Producătorilor de Hamei din România/ Association of Hops Producers of Romania Acațiu Mora, Președinte/ President

Hameiul dă caracter berii. Însușirile: amăreala, aroma, spumarea și conservarea asigurată de hamei, și orchestrată de Berarii României oferă consumatorilor cea mai gustată licoare, berea.

The hop gives the beer's heart. Its goods: bitterness, flavor, frothing and preservation provided by the hop and conducted by the «Brewers of Romania» Association provide consumers the most tasty of the drinks, the beer.



Soufflet Malt România/ Soufflet Malt Romania François-Xavier D'Hollander, Director Executiv/ Executive Director



Soufflet Malt Romania este cel mai mare producător de malț din România. Orzul prelucrat este aproape singurul ingredient pentru malț, iar malțul este ingredientul major pentru bere. Astfel, Soufflet Malt Romania este inima lanțului orz – malț – bere.

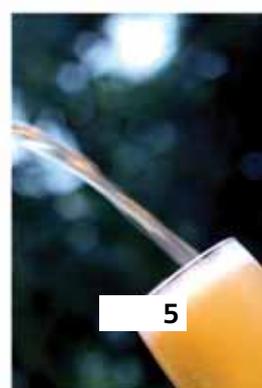
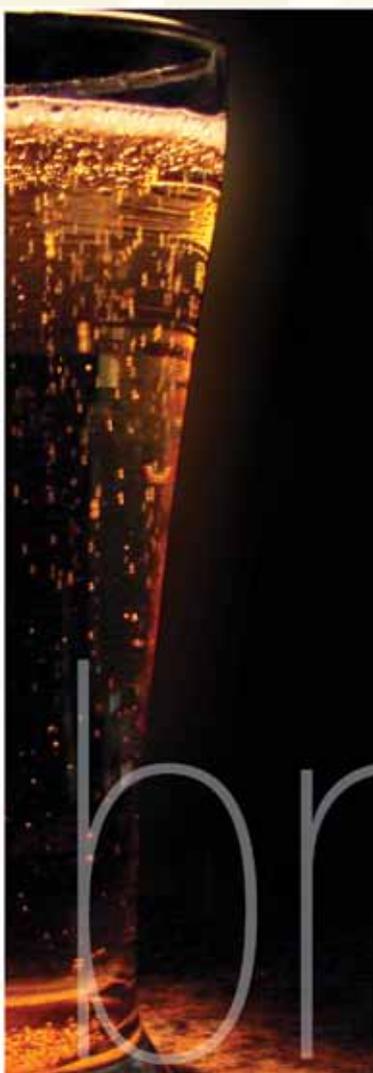
Reprezentând această legătură, suntem mândri să ne integrăm în acest consiliu al producătorilor de bere români pentru a participa la promovarea industriei berii în România și a crește favorabilitatea producției de soiuri de orz de calitate în România pentru a avea siguranța acestui lanț, astfel încât berea să fie în continuare produsă în mod natural cu ingrediente naționale.

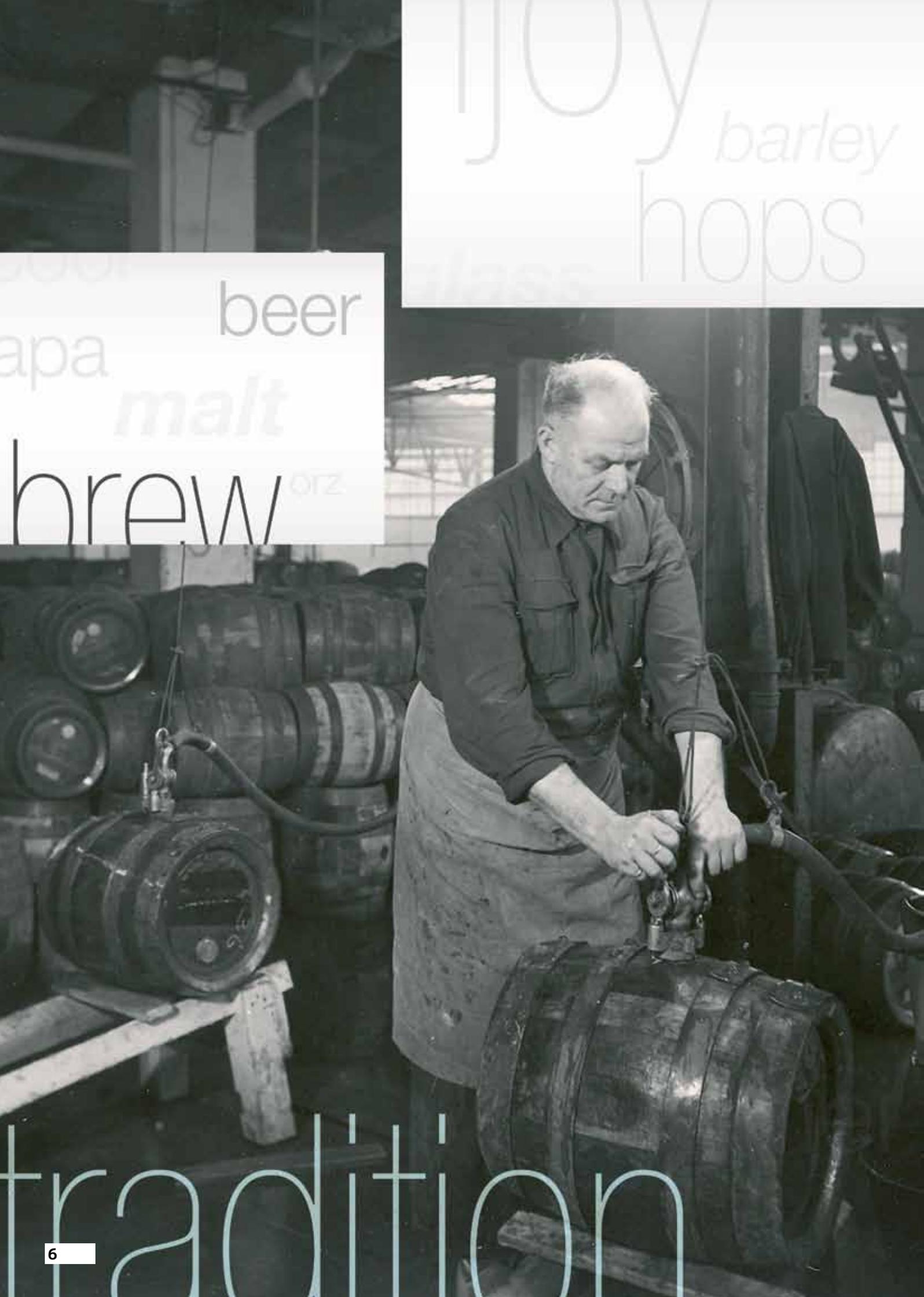
Cu toții participăm la apărarea producției de bere din România și suntem convinși că Asociația «Berarii României» va fi un partener sincer pentru o dezvoltare durabilă a unui produs nobil, precum orzul.

Soufflet Malt Romania is the largest malt producer of Romania. Malting barley is almost the only ingredient for malt, and malt is the main ingredient for beer. This puts Soufflet Malt Romania in the heart of the chain barley – malt – beer.

Being this link, we are happy to integrate the assembly of Romanian brewers in order to participate 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 shall participate to defend beer production in Romania and we are sure that the «Brewers of Romania» Association will be a fair partner in a sustainable development of this noble product which is the malting barley.





joy
barley
hops

beer
malt
brew

tradition

Asociația Berării României, parte a marii familii Berării Europiei **Brewers of Romania, part of the large family of Brewers of Europe**

Asociația Berării României a fost înființată în 2004 și reprezintă producătorii de bere din România atât pe plan local, cât și internațional. Membrii actuali sunt cinci dintre cei mai mari producători de bere din România, iar începând cu anul 2011 s-au alăturat și producători de hamei și malț, materia primă necesară pentru orice bere.

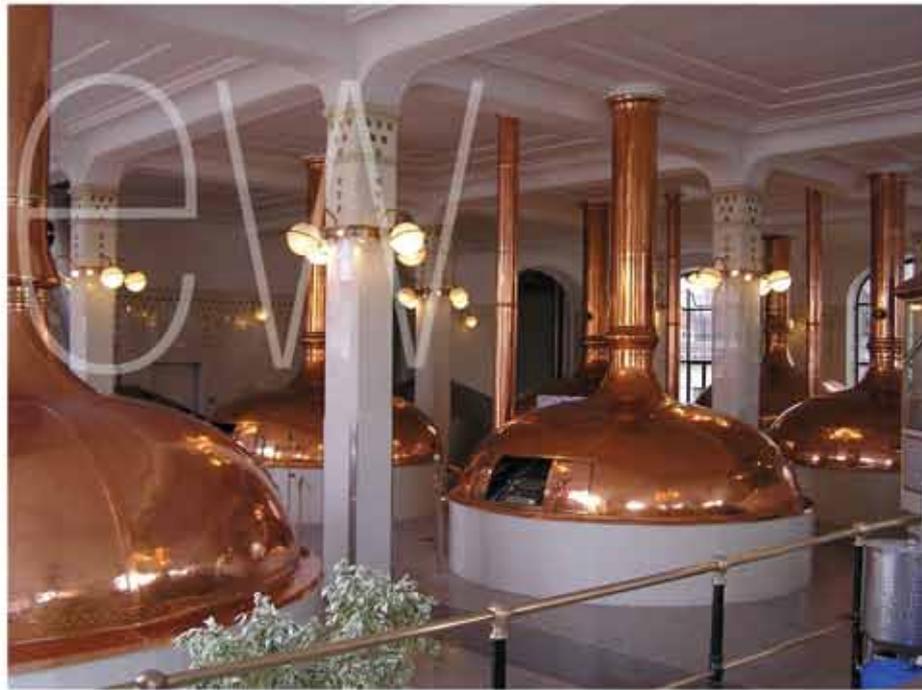
Din ianuarie 2008, organizația este membră a Asociației Berării Europiei, considerată vocea industriei europene a berii în fața diferitelor instituții și organizații internaționale. Fondată în 1958, la Bruxelles, organizația are astăzi 27 de membri și reprezintă interesele a aproximativ 4.000 de producători din industria berii din Europa. Mai mult, Asociația Berării Europiei reprezintă și apără interesele a peste 2,5 milioane de oameni care datorează locurile de muncă producției și vânzării berii.

Ca și organizația europeană, Asociația „Berării României” joacă un rol activ în promovarea și dezvoltarea unei industrii a berii puternice și responsabile în România. Totodată, asigură și un mediu de afaceri sănătos, sprijinind armonizarea legislației românești, care reglementează industria berii, cu cea a Uniunii Europene. Pentru a ne asigura un comportament responsabil și în domeniul comunicării comerciale, membrii asociației au dovedit angajamentul prin elaborarea unui Cod al Comunicării Comerciale, semnat de toți membrii organizației, prin care a fost luat angajamentul respectării anumitor reguli în beneficiul consumatorului. Aceste prevederi ale Codului Comunicării Comerciale au fost introduse în Codul de practică în publicitate al Consiliului Român pentru Publicitate.

“Brewers of Romania” Association was founded in 2004 and represents the Romanian beer producers on a local and an international scale. The current membership comprises five of the largest beer producers in Romania, and starting with 2011 joined also the hop and malt producers, the raw material necessary for any beer.

Starting with January 2008 the organization is member of „Brewers of Europe” Association which is considered to be the voice of the European beer industry in front of different international institutions and organizations. Founded in 1958, in Brussels, the organization has today 27 members and represents the interests of approximately 4.000 producers from the European beer industry. Furthermore, „Brewers of Europe” Association represents and defends the interests of over 2.5 million people who have jobs as a result of the production and beer sales.

As well as the European organization, „Brewers of Romania” Association plays an active role in promoting and developing a powerful and responsible beer industry in Romania. In the same time, it ensures a healthy business environment, supporting the harmonization of Romanian legislation which regulates the beer industry, with the one of the European Union. To assure the responsible behavior in the field of commercial communication, the members of the association demonstrated their commitment by elaborating the “Code of Commercial Communication”, which has the undertaking of all association members in terms of respecting the rules for the consumer’s benefit. Those stipulations of the Commercial Code of Communication were introduced to the Advertising practice code of the Romanian Advertising Council.



refresh
enjoy

beer

Mesajul Secretarului General al Asociației Berarii Europiei The message of the Secretary General of the „Brewers of Europe” Association



Asociația „Berarii Europei” și Asociația „Berarii României” împărtășesc aceleași valori, iar în ultimii trei ani am susținut inițiativele de responsabilitate socială atât ale organizației locale cât și ale producătorilor de bere din România. Ideea de a fi o echipă unită este primordială pentru tot ceea ce facem noi astăzi, toți membrii Asociației „Berarii Europei” știu că doar astfel vom continua să servim responsabil consumatorii europeni de bere și să garantăm în mod durabil viitorul unui sector european sănătos al berii.

Studiile noastre recente arată că Berarii Europei contribuie cu aproximativ 57 miliarde de euro anual, prin impozite, la bugetul țărilor europene. Și în termeni de valoare adăugată, este o cifră similară de 59 miliarde de euro. Conform raportului Ernst & Young din 2009, România produce aproape 5% din producția totală de bere din Europa, adică aproape 20 de milioane de hectolitri, fiind un jucător important pe plan european.

Împreună promovăm consumul responsabil de bere și, implicit, un stil de viață echilibrat. Încă din 2008, împărtășim aceleași valori și vom continua să susținem și să dezvoltăm programe de educare a consumatorului cu privire la beneficiile consumului moderat de bere.

Pierre-Olivier Bergeron

„Brewers of Europe” Association and „Brewers of Romania” Association share the same values and in the last three years we have supported the social responsibility initiatives of the local organization and of the Romanian beer producers. The idea of a united team is essential for

what we do today and all the members of „Brewers of Europe” Association know that this is the only way for us to continue serving the European beer consumers in a responsible and sustainably guarantee of the future of a healthy European beer sector.

Our latest data show that Brewers of Europe contribute roughly by 57 billion Euros annually in order of taxes to European exchequers, and in terms of value added, there is a similar figure of 59 billion Euros . According to Ernst&Young 2009 report, Romania produces 5% of Europe’s total beer production, close to 20 million hectoliters, being an important player in the European sector.

Together, we promote the responsible consumption of beer and a balanced lifestyle. Since 2008, we are sharing the same values and we will continue to sustain and develop consumer’s education programs regarding the benefits of moderate beer consumption.

Pierre-Olivier Bergeron

Să descoperim minunatele povești ale berii!

Descoperind berea!

Povestea berii a început acum 8000 de ani, timp în care a fascinat prin gustul său unic și poveștile mereu actuale pe care acest produs le are de spus. Fabricată doar din ingrediente naturale (apă, orz, hamei și drojdie), putem spune că berea este o băutură care face parte din viața noastră.

Berea reprezintă o experiență memorabilă, este băutura care a reușit de mult să depășească orice graniță, oferind oamenilor motivul perfect pentru a aduce prietenii împreună și de a înlesni comunicarea, fiind în același timp o băutură mereu actuală, pe care o savurezi cu plăcere într-o multitudine de ocazii. Potrivit lui Jeff Evans, un reputat editor britanic, autor al mai multor ghiduri despre bere, „în Europa, berea este asociată cu convivialitatea, un lucru cu atât mai adevărat în România, o țară latină ai cărei oameni apreciază prietenia și timpul petrecut la un pahar de bere”.

Berea are un gust unic, recognoscibil și totodată diferit, în lume existând aproximativ 20.000 de mărci de bere produse în peste 180 de stiluri, în funcție de tipul drojdiei utilizate, de procesarea ingredientelor principale și de temperatura folosită în procesul de fermentație.

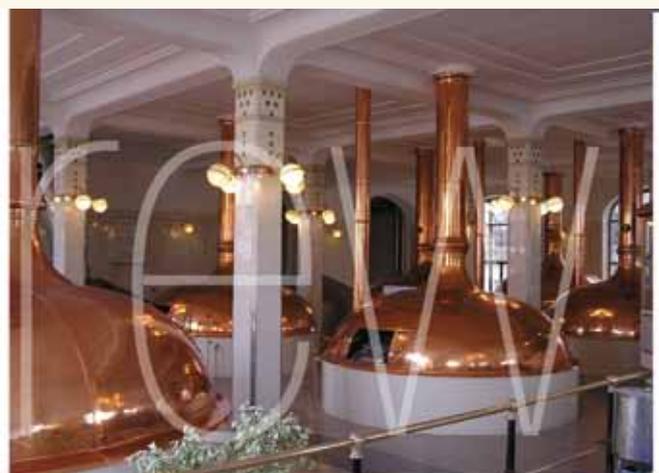
Un studiu realizat în comun de cercetătorii spanioli de la Facultatea de Medicină a Universității din Granada și a celor din cadrul Consiliului Superior de Cercetări Științifice din Madrid a demonstrat faptul că berea, prin caracteristicile și compoziția sa este recomandată pentru refacerea pierderilor de hidrominerale care se produc prin transpirație, facilitând astfel recuperarea după un exercițiu fizic, mai ales atunci când este realizat într-un mediu călduros. Testele au fost realizate pe un grup de voluntari cu vârste cuprinse între 20 și 30 de ani, care consumă moderat berea și au o stare fizică bună.

În plus, berea are un efect răcoritor, are puterea de reducere a senzației de sete și, dacă este consumată moderat, este o băutură rehidratantă ideală. Un consum moderat de alcool pentru bărbați ajunge la 20-24g/zi (2 pahare de bere de 330 ml) și la 10-12g/zi în cazul femeilor (1 pahar de bere de 330 ml).

Cercetătorii spanioli au analizat, în acest context, modificarea greutateii și au ajuns la concluzia că un consum potrivit de bere, cu sau fără alcool, nu modifică greutatea corporală. „Măsurătorile antropometrice au stabilit că un consum moderat de bere, cu sau fără alcool, nu modifică circumferința brațului, taliei și coapsei; și nu s-au înregistrat modificări semnificative în pliurile cutanate”, a declarat dr. Ascension Marcos, cercetător și director al Grupului de Imunonutriție al Departamentului de Metabolism și Nutriție din cadrul Consiliului Superior de Cercetări Științifice.

Berea consumată în cantități moderate are efecte pozitive asupra asigurării unei stări de bine, fapt demonstrat de cercetări de peste tot din lume, care au prezentat inclusiv rezultatele favorabile în reducerea riscului apariției de boli cardiovasculare, diabet sau osteoporoză.

Astfel, berea oferă mai mult decât un gust unic, este băutura care trece dincolo de granița relaxării, fiind în aceeași măsură un pretext de socializare și un produs care consumat cu moderație face parte dintr-un stil de viață echilibrat.



Discovering the beer beautiful stories!

Discovering the beer!

Beer story began 8000 years ago, and since then it fascinated by his unique taste and always actual stories that this product has to say. Made only from natural ingredients (water, barley, hop and yeast), we can say that beer is a drink that is part of our life.

Beer represents a memorable experience, it is the drink that succeeded long ago in overcoming any border, by offering people the perfect reason for bringing friends together and facilitating communication, being in the same time an always actual drink that you enjoy with all your heart in many occasions. According to Jeff Evans, a well known British publisher, author of many beer guides, "in Europe, beer is associated with conviviality, something even truer in Romania, a Latin country whose people appreciate the friendship and the time spent next to a glass of beer".

Beer has an unique taste, recognizable but also different, with approximately 20.000 beer brands produced in over 180 styles all over the world, depending on the type of yeast used, the processing of main ingredients and the temperature used in the fermentation process.

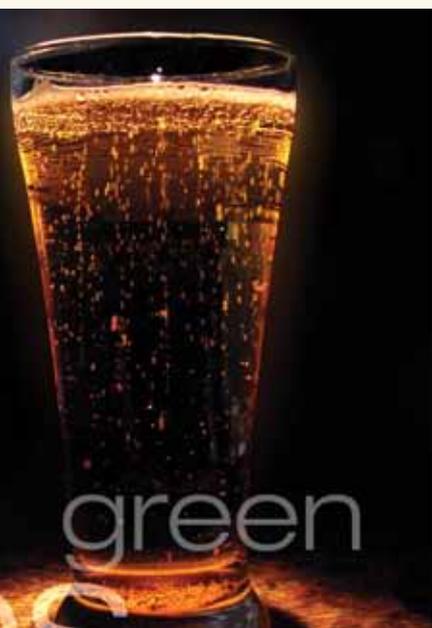
A study realized in common by Spanish researchers from the Medicine Faculty of the Granada University and from the Superior Council of Scientific Research from Madrid proved that beer, by it's characteristics and composition is recommended for restoring the hydro minerals losses occurring in the sweat process, facilitating the recovery after a physical exercise, especially when it is done in a warm environment. The tests were conducted on a group of volunteers aged between 20 and 30 years old, whom moderately drink beer and have a good physical condition.

In addition, the beer has cooling effect, the power to reduce the sensation of thirst and, if it is consumed moderately, it is an ideal rehydration drink. Moderate alcohol consumption for men reaches 20-24g/day (2 glasses of beer of 300ml) and 10-12g/day when speaking about women (1 beer glass of 330 ml).

Spanish researchers, in this context, have analyzed the weight change and concluded that a right consumption of beer, with or without alcohol, will not alter the body weight. "Anthropometric measurements have determined that a moderate consumption of beer, with or without alcohol, does not change the arm circumference, waist and thigh, and there were no significant changes in skin folds", had declared dr. Ascension Marcos, researcher and director of the Immunonutrition Group of the Metabolism and Nutrition Department from the Superior Council of the Scientific Research.

Beer consumed in moderate quantities has a positive effect on providing a good condition, fact demonstrated by all global researches, which presented favorable results in reducing the risk of cardiovascular disease, diabetes and osteoporosis.

So, beer offers more than a unique taste, it is the drink that passes beyond the boundary of relaxation, being equally a pretext for socialization and a product that consumed with moderation is part of a balanced lifestyle.



Comportament responsabil Acting responsible

Asociația „Berarii României” – un exemplu internațional de Responsabilitate Socială

Încă de la începutul activității Asociației, responsabilitatea socială a fost o componentă indispensabilă, introducerea ghidului „Regulile de Comunicare Comercială Responsabilă privind Berea” fiind totodată principalul instrument de autoreglementare al organizației. Acest ghid conține o serie de reguli care ghidează întreaga comunicare comercială a tuturor membrilor asociației, astfel încât întreaga comunicare să respecte principii de bază precum încurajarea consumului responsabil de bere și orientarea mesajului publicitar doar către persoane peste 18 ani.

Pentru a menține încrederea consumatorilor, industria berii are interesul să se asigure că toate comunicările sale comerciale sunt reglementate în mod corespunzător, astfel încât acestea să fie considerate legale, decente, oneste, adevărate și acceptabile din punct de vedere social. Acesta este motivul pentru care promovarea unui consum responsabil de bere, parte a unui stil de viață echilibrat ca o experiență socială plăcută, stă la baza comunicării comerciale a fiecăreia dintre cele cinci companii producătoare de bere membre.

Campaniile sociale inițiate de Asociația „Berarii României” au avut trei direcții principale de acțiune: educarea tinerilor în ceea ce privește consumul de alcool („Alcoolul nu te face mare”), conștientizarea efectelor negative ale consumului de alcool atunci când conduci și informarea publicului adult asupra faptului că berea poate fi parte a unui stil de viață echilibrat atunci când este consumată cu moderație („Românii iubesc berea”). Implicarea autorităților naționale a reprezentat un plus și aceste colaborări au stat la baza proiectelor inițiate de Asociație. Instituțiile statului precum Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, Inspectoratul General al Poliției Române, Consiliul Național al Audiovizualului s-au alăturat acestor proiecte majore de responsabilitate socială și au susținut importanța campaniilor la nivel național.

„Românii iubesc berea”

„Românii iubesc berea” este cea mai recentă campanie lansată de Asociație și a avut drept obiectiv informarea adulților cu privire la valorile acestei băuturi atât de apreciate de-a lungul timpului. Mesajele acestei campanii au evidențiat faptul că berea este o experiență plăcută, care aduce oamenii laolaltă.

Mesajul principal transmis prin intermediul acestei campanii a însemnat pe lângă sublinierea faptului că berea conține doar ingrediente naturale – malț, hamei, drojdie și apă – și faptul că este un partener de nădejde al românilor, însoțindu-i în toate momentele plăcute din viață, este un simbol al convivialității și un produs pe care îl savurezi cu plăcere.

„Brewers of Romania” Association – an international example of Social Responsibility

Even from the beginning of the Association’s activity, the responsibility component has been indispensable and the introduction of the guide „Rules on Responsible Commercial Communication for Beer” was the first instrument of self-regulation. This guide contains a set of rules that lead entire commercial communication of all Association members, so that entire communication has to respect basic principles such as encouraging responsible beer consumption and targeting the advertising only to persons over 18 years old.

To maintain the consumers’ trust, the beer industry has the interest of ensuring that all its commercial communications are properly regulated so that they are considered legal, decent, honest, true and accepted from a social point of view. This is the reason for which promoting a responsible beer consumption as part of a balanced life style is the base of commercial communication of each of the five beer producers members.

The social campaigns initiated by the “Brewers of Romania” Association had three main plans of action: educating the teenagers concerning alcohol consumption (“Alcohol does not make you big”), raise the awareness over the negative effects of the alcohol consumption when you are driving and inform the adult public concerning the fact that beer can be part of a balanced lifestyle, when it’s consumed with moderation (“Romanians love beer”). The involvement of the national authorities brought an added value and these partnerships formed the base for the projects initiated by the Association. State institutions such as The Ministry of Education, Research, Youth and Sport, The General Inspectorate of the Romanian Police, The National Council of Audiovisual have joined along this major initiatives of social responsibilities and have sustained its importance at a national level.

„Romanians love beer”

„Romanians love beer” is the most recent campaign launched by the Association and it’s objective was to inform adults regarding the values and benefits of this drink appreciated over the time. The messages of this campaign highlighted the fact that beer is a pleasant experience, that brings people together.

The key communication message was that beer is more than a drink made of natural ingredients- hop, barley, yeast and water – and it represents one of the most liking reasons of spending time together, a symbol of conviviality, a product that you can drink with all your heart.

Comportament responsabil Acting responsible

„Petrecerea este mai plăcută atunci când cineva care nu a băut te conduce acasă”

Lansat la începutul anului 2008 sub forma unui parteneriat dintre Asociația „Berarii României”, Direcția Poliției Rutiere din cadrul Inspectoratului General al Poliției Române și Consiliul Național al Audiovizualului, programul și-a propus diminuarea numărului de accidente rutiere cauzate de consumul de alcool.

În fiecare an în perioada sărbătorilor de iarnă, sunt afișate panouri în principalele orașe din țară cu ajutorul cărora este transmis mesajul „Petrecerea este mai plăcută atunci când cineva care nu a băut te conduce acasă”.

„Alcoolul nu te face mare”

Având ca obiectiv promovarea unei schimbări efective de comportament în rândul adolescenților români, campania națională „Alcoolul nu te face mare” a fost lansată ca program pilot în București, în 2006 și a fost derulată până în anul 2010. Sintetizând, programul a inclus ședințe de consiliere de grup cu psihologul Dr.Cristian Andrei, filme educative, un ghid pentru părinți și formarea profesorilor.

Înscris sub umbrela organizației Berarii Europei, programul a primit aprecierile Comisiei Europene de la Bruxelles. În cadrul Forumului despre Alcool și Sănătate, Dr. Cristian Andrei, promotorul campaniei, a prezentat-o ca un exemplu de bună practică, o reconfirmare a angajamentului berarilor români în promovarea unui consum responsabil de bere.

Campania a fost susținută de eforturile cumulate ale Ministerului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, Inspectoratul General al Poliției Române și ale Asociației „Berarii României”.

Astfel, peste 2000 de liceeni din șapte orașe au participat la ședințe de consiliere în grup coordonate de Dr. Cristian Andrei. Materiale și filme educative pe tema „Ce înseamnă să fii cool” și „Prețul unei vieți sportive” au fost distribuite în cadrul programului care a avut ca „ambasadori” peste 1.200 de profesori din mediul preuniversitar.

Parte din această campanie, Asociația a lansat și un ghid destinat părinților, distribuit în 7000 de exemplare și descărcat de peste 4000 de ori de pe site-ul campaniei www.alcoolulnutefacemare.ro.

„The party is better when drives you home someone that didn't drink”

Launched at the beginning of 2008 as a partnership between the „Brewers of Romania” Association, the Direction of Traffic Police and the National Council of Audiovisual, the program had the objective to diminish the number of road accidents caused by alcohol consumption.

Each year since the launching, in the winter holidays period, we produce outdoor campaign in the main cities of the country with the message „The party is better when drives you home someone that didn't drink”.

„Alcohol does not make you big”

With the objective of promoting an effective change of behavior among Romanian teenagers, the national campaign “Alcohol does not make you big” was launched as a pilot program in Bucharest, in 2006, and it was carried out until 2010. Synthesizing, the program included group counseling sessions with the psychologist Dr.Cristian Andrei, educational films, a guide for parents and teacher trainings.

Submitted under the umbrella of “Brewers of Europe”, the program has received the positive assesment of the European Union Committee. In the Forum of Alcohol and Health, Dr. Cristian Andrei, the promoter of the campaign, has made its presentation as an example of a good practice, a reconfirmation of the Romanian brewers engagement in promoting a responsible consuming habit.

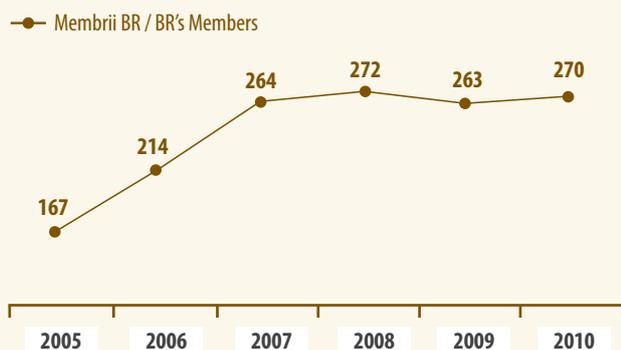
The campaign has been supported by the combined efforts of the The Ministry of Education, Research, Youth and Sport, The General Inspectorate of the Romanian Police and the “Brewers of Romania” Association

Thus, over 2.000 high school pupils from seven cities have attended group counseling sessions coordinated by Dr. Cristian Andrei. Educational materials and videos on themes like “What it means to be cool” and “The price of the sports life” were distributed under the program that had as “ambassadors” more than 1.200 teachers.

The Association launched also a guide dedicated to teenagers parents, distributed in 7.000 copies and downloaded over 4.000 times on the campaign's website www.alcoolulnutefacemare.ro.

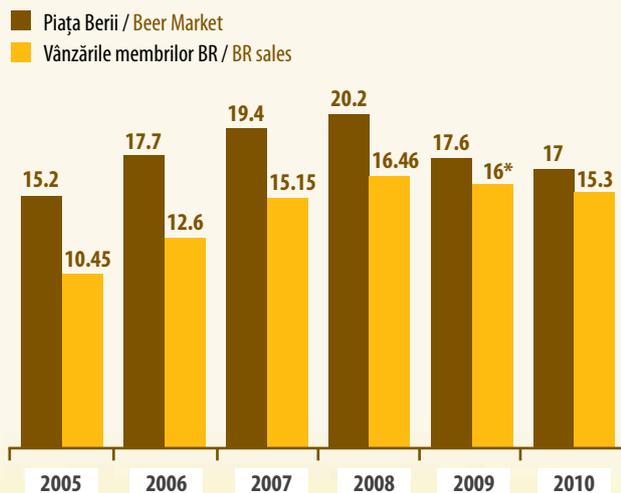
Industria berii din perspectiva economică

Contribuții la bugetul de stat / State budget contribution



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

Industria berii în România / Beer industry in Romania



Milioane de hl / Million hl

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

Producția de bere a devenit unul dintre cele mai sustenabile sectoare de activitate economică din România și, în sprijinul acestei realități, cele mai recente date statistice arată că în proporție de 99% consumul de bere este acoperit de producția internă.

În anul 2010, contextul economic instabil care a afectat consumatorii și obiceiurile lor a determinat o scădere a pieței berii cu 3,5 % față de anul precedent, înregistrând un volum total de 17 milioane de hl. Consumul de bere per capita a urmărit același trend descendent, ajungând la valoarea de 78 de litri, în timp ce preferințele consumatorilor în ceea ce privește ambalajul de bere s-au menținut constante pentru PET- 49,3%, sticlă-31,7%, cutie-16% și draught-3%.

În ceea ce privește sectorul berii importate, acesta a crescut, totalizând 0.22 milioane hl, în timp ce exporturile au scăzut ușor, la 0.14 milioane de hl, fapt care denotă o orientare a consumatorilor spre specialități de bere.

Vânzările realizate la nivelul Asociației „Berarii României” ating în hectolitri un volum de 15,3 milioane, mai puțin cu 4,4% comparativ cu 2009, iar investițiile s-au diminuat pe fondul reducerii investițiilor în economia națională în ansamblul său. Acestea totalizează suma de 51 milioane de euro, mai puțin cu aproximativ 50% față de anul precedent.

În contextul condițiilor economice nefavorabile, contribuția la bugetul de stat prin diferite taxe (TVA, accize, taxe de personal și contribuții la asigurările sociale) ale membrilor Asociației a atins pragul de 270 milioane de euro, în creștere cu 7 mil. euro față de 2009.

În acest moment, cele cinci companii membre ale Asociației oferă un număr de peste 4100 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.

Începând cu 2011, doi dintre cei mai mari producători de malț și hamei s-au alăturat Asociației. Astfel, Soufflet Malt România și Asociația Producătorilor de Hamei din România vor sprijini eforturile de promovare a culturii berii în România, de educare a consumatorilor privind consumul responsabil de bere și de informare asupra beneficiilor acestei băuturi fabricate din ingrediente naturale. Cei doi producători de materie primă își desfășoară activitățile în 9 fabrici și ferme și mobilizează un număr de 134 de angajați, contribuind la bugetul de stat cu peste două milioane de euro.

Cu toate că în anul 2010 industria berii a întâmpinat o serie de schimbări ca urmare a efectului de recul economic, puternic resimțite la nivelul investițiilor și al forței de muncă, datorată închiderii unor fabrici importante de bere, ne dorim ca prin eforturile susținute să menținem stabilitatea și totodată, revenirea acestui sector.

The beer industry from the economic perspective

Beer production has become one of the most sustainable economic sectors in Romania and in supporting this reality, the most recent statistical data shows that 99% of beer production is covered by internal production.

In 2010, the unstable economic environment that affected the consumers and their habits has led to a decrease of 3.5% beer market over the previous year, registering a total of 17 million hl. Beer consumption per capita has followed the same decreasing trend, reaching a value of 78 liters, whilst consumer preferences regarding the packaging of beer remained constant for PET - 49.3%, bottle-31,7%, can-16% and draft - 3%.

Regarding the imported beer segment, it increased up to 0.22 million hl, while exports fell slightly, reaching 0.14 million hl, a fact which denotes a consumer's orientation toward beer specialties.

Sales achieved by the Brewers Association in Romania reached a volume of 15.3 million hectoliters, less than 4.4% compared to 2009, and investments have decreased, due to reduction in investment in the national economy as a whole, reaching an amount of 51 million euro, approximately 50% less than the previous year.

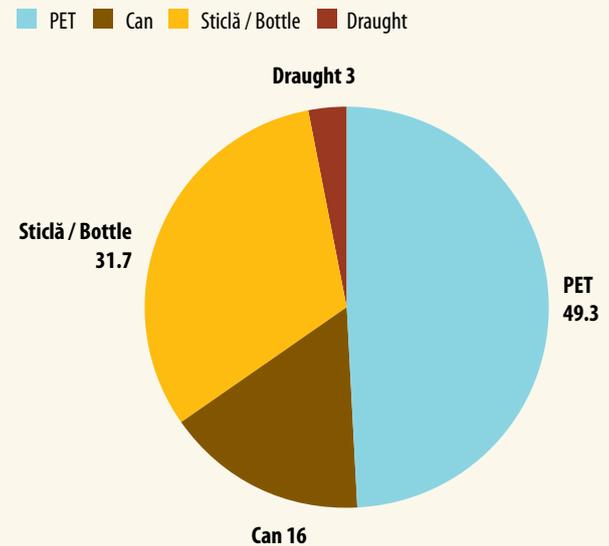
The contribution to the state's budget through various taxes (VAT, excise duties, personal and social security contributions) of the members of the Association reached 270 million euro, up by 7 million euro in comparison with 2009, in the context of an adverse economic environment.

At this point, the five member companies of the Association offers a total of over 4100 jobs within ten breweries located in various cities in the country, such as Ploiesti, Constanta, Craiova, Miercurea Ciuc, Targu Mures, Sebes, Pantelimon, Timisoara, Buzau, Brasov.

Since 2011, two of the largest producers of malt and hops have joined the Association. Thus, Romania Soufflet Malt and The Hops Producers Association of Romania will support the efforts to promote the beer culture in Romania, to educate the consumers about a responsible consumption of beer and information on the benefits of this drink made from natural ingredients. The two manufacturers of raw material operates in nine factories and farms and mobilize a total of 134 employees. In which concerns the contribution brought to the state budget consists in over two million euro.

Although in 2010 the beer industry has encountered a series of changes as a result of the economic rebound effect that strongly affected the level of investment and labor, owe to the closure of three beer factories in the country, we wish to maintain the stability and the economic reinforcement of this sector through the active behavior of our members.

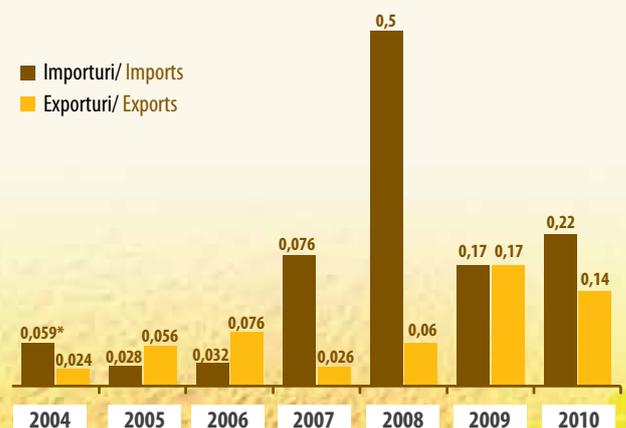
Vânzările pe tipuri de ambalaje / Beer sales by type of packaging



% 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
Consum (litri)	70	81	89	93	81	78



* Milioane hectolitri / million hl

Surse: Institutul Național de Statistică și Asociația Berării României

Sources: National Institute of Statistics and Brewers of Romania Association



„BEREA, cel mai «patriotic» sector de producție din România” **„BEER, the most «patriotic» production sector in Romania”**

Afirmația este rezultatul unei cercetări potrivit căreia consumul, în sectorul berii, este acoperit în proporție de aproximativ 99% de producția internă, și poate fi susținută de cel puțin trei argumente cheie.

În primul rând, trebuie remarcată prezența locală a marilor jucători de pe piața globală a berii, în condițiile în care ponderea manufacturii în PIB a scăzut sub 30% și multe companii multinaționale provenite din alte industrii dețin în România doar reprezentanțe de vânzări. Producția internă este în sine o raritate și reprezintă un efort de implicare a mii de angajați, plata de taxe locale și la bugetul de stat sau implicarea în viața comunității.

În al doilea rând, sectorul berii este unul dintre puținele sectoare în care cantitatea importurilor în hectolitri nu este considerabilă, consumul fiind acoperit de ceea ce se produce în țară. Faptul că până în anul 2009 economia a fost dominată de existența unui consum excesiv, bazat pe „îndatorire”, readuce în atenția noastră paradoxul potrivit căruia ieșirea din recesiune fie se va face pe bază de consum, fie nu se va face prea curând. Consumul deservit de producția internă nu creează probleme în rezolvarea acestui paradox, ci dimpotrivă. Problema o constituie restul sectoarelor în care consumul este acoperit preponderent de importuri, pentru finanțarea cărora sunt necesare împrumuturi.

În al treilea rând, sectorul berii are numeroase efecte pozitive indirecte asupra economiei naționale: plătește accize, mai mult decât toate celelalte industrii de băuturi alcoolice la un loc, segmentul de economie subterană nu e dezvoltat și sprijină dezvoltarea retailului.

În final, se poate concluziona cu ușurință că sectorul berii poate fi un exemplu pentru celelalte sectoare ale economiei și că susținerea unui astfel de model poate ajuta România să se dezvolte sustenabil, pe termen mediu și lung.

Liviu Voinea, Grupul de Economie Aplicată

This statement is the result of a research according to which the consumption in the beer sector is 99% covered by the domestic production and it can be supported by at least three key arguments.

First of all, the local presence of great players from the global beer market is noticeable, given that the manufacturing sector has decreased below 30% in GDP and many multinational companies from other industries hold in Romania only sales representatives. The domestic production is in itself something rare and represents an effort to involve thousands of employees, local taxes payment and state budget contributions or involvement in the community life.

Secondly, beer market is one of the few sectors where the amount of imports in hectoliters is not significant, the consumption being covered by the domestic production. The fact that until 2009 the economy was dominated by excessive consumption, based on „loans”, brings out the paradox according to which getting out of the recession will be consumer-based or it will not happen too soon. Consumption served by local production does not create problems in resolving the paradox, but on the contrary. The problem is the rest of the sectors in which consumption is covered mainly by imports, which are necessary to be financed from loans.

Thirdly, the beer sector has many indirect positive effects on the national economy: paying excise, more than any other alcoholic beverage industry in one place, the underground economy segment is not developed and it supports retail development.

Finally, it can be easily concluded that the beer sector may be an example to other economy sectors and the support of such a model can help Romania to develop in a sustainable manner, on a medium and long term.

Liviu Voinea, Applied Economics Group

Bergenbier



S.A.



O bere adevărată se bea cu măsură.

Bergenbier S.A.

Filiala locală a grupului StarBev, este una dintre cele mai active companii producătoare de bere de pe piața românească, ocupând poziția a 3-a în industria berii, conform datelor de retail audit MEMRB România. În prezent, compania are aproximativ 600 de angajați și o rețea de distribuție națională.

Mărci:

Portofoliul companiei cuprinde mărci din toate segmentele pieței. Alături de Bergenbier, Noroc, Stella Artois, Beck's și Löwenbräu care sunt produse în România, compania importă specialitățile belgiene Leffe și Hoegaarden.

Bergenbier este o bere unică atât prin gustul cât și prin atributele sale emoționale, fiind brandul care a știut să își asume vocea masculinității. Alături de bărbați în toate domeniile lor de interes, Bergenbier a fost și prima bere românească ce a inițiat un parteneriat cu fotbalul, prima bere din România care a lansat un sortiment fără alcool în segmentul berilor accesibile (2001) și primul brand care a instituit o sărbătoare națională: Ziua Bărbatului, 5 mai.

Stella Artois este prima bere super-premium produsă în România, prezentă pe piața locală din anul 1997. Stella Artois este un punct de referință pentru cei care știu să savureze experiența unică a unei beri de calitate.

Beck's este berea germană cea mai bine vândută în lume, prezentă în peste 100 de țări. Produsă în strictă concordanță cu Legea Germană a Purității Berii (Reinheitsgebot) și obținând întocmai caracteristicile specifice ale berii, Beck's garantează calitatea unui produs 100% natural, care nu acceptă niciun compromis.

În anul 2008, România devenea a 4-a țară din lume care lansa Beck's Green Lemon, o combinație unică de bere premium cu un gust răcoritor de lămâie.

România și Croația au fost primele țări din Europa care au primit acceptul de a produce Löwenbräu local.

Noroc, numită după tradiționala urare românească „Hai Noroc!”, este berea populară care se bea împreună cu prietenii și cu familia.

Prezentă în peste 60 de țări, Leffe este o bere bogată în toate sensurile: gust, culoare, aromă, ritual și istorie. Leffe transformă extraordinarul în „perfect”, aducând consumatorii laolaltă pentru a savura împreună momente speciale.

Consumul de Hoegaarden este, prin natura sa, diferit de restul experiențelor legate de consumul de bere sau de alcool, în general, din punct de vedere al gustului revigorant. Hoegaarden este berea belgiană autentică, din grâu, nefiltrată.

Responsabilitate socială

Compania acordă o atenție sporită protecției mediului înconjurător, investind de-a lungul timpului în tehnologii moderne, prietenoase mediului înconjurător, cu scopul de a reduce consumul de apă, de energie și de a limita cantitatea de deșeuri produsă.

În 2006, Bergenbier a inițiat prima campanie de colectare selectivă și trimitere spre reciclare a deșeurilor de plastic, sticlă și hârtie, la Blaj. În 2008, compania a lansat proiectul „Respect18”, prima campanie de CSR realizată de o companie privată din România care luptă împotriva vânzării de alcool către minori prin responsabilizarea actului comercial.

În 2009, compania a fost unul dintre partenerii „Copacului Magnific”, proiect care s-a născut din dorința de a trăi într-un oraș mai verde.

The local StarBev subsidiary is one of the most active beer producer companies on the Romanian market, holding the 3rd position in the beer industry, according to MEMRB Romania retail audit data. The company currently has approximately 600 employees and a national distribution network.

Brands:

The company's portfolio includes brands in all market segments. Apart from Bergenbier, Noroc, Stella Artois, Beck's, and Lowenbrau, brewed in Romania, the company imports the Belgian specialties Leffe and Hoegaarden.

Bergenbier is a unique beer both in taste and its emotional attributes, being the brand that knew to assume for itself the masculinity voice. Being by all men's side in all interesting domains for them, Bergenbier was also the first Romanian beer that initiated a partnership with football, the first beer in Romania that launched a non alcohol beer in the core-lager segment (2001) and the first brand that instituted a national feast: "Man's Day", 5th of May.

Stella Artois is the first super-premium beer produced in Romania, present on the local market since 1997. Stella Artois is a reference point for those who know to enjoy the unique experience of a quality beer.

Beck's is Germany's number 1 export beer present in more than 100 markets worldwide. Produced strictly according to the German beer purity law (Reinheitsgebot) and reaching exactly the distinctive characteristics of beer, Beck's guarantees the quality of a 100% natural product, with no compromise.

In 2008, Romania became the 4th country in the world to launch Beck's Green Lemon, a unique combination of premium beer with a refreshing lemon taste.

Romania and Croatia were the first countries in Europe being allowed to produce Löwenbräu locally.

Noroc, named after a traditional Romanian cheer ("hai Noroc!"), is the popular beer to be drunk with friends and family.

Present in over 60 countries, Leffe is rich in all senses: taste, color, aroma, ritual and history. Leffe makes the extraordinary, just perfect, bringing people together to share and savor special moments.

Consuming Hoegaarden is totally different – by nature, from the rest of the beer consumption experiences, or alcohol in general, in terms of its refreshing taste. Hoegaarden is the authentic Belgian wheat, unfiltered beer.

Social Responsibility:

The company pays great attention to environmental protection, investing over the years in "environmental friendly" technologies in order to reduce water, energy and to limit the amount of waste.

In 2006, Bergenbier initiated the first program for the selective collection of packaging – plastic, glass, paper, in Blaj.

In 2008, the company launched "Respect18" project, the first CSR campaign which fights against selling alcoholic beverages to minors, by making the commercial act more responsible; it was the first campaign realized by a private company in Romania.

In 2009, the company was one of the partners of "Copacul Magnific", project that was born from the desire of living in a greener city.

Heineken

Romania S.A.



Heineken România

Parte a grupului Heineken, compania Heineken România a fost fondată 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.

Portofoliul de mărci oferit de Heineken România acoperă toate segmentele pieței: Heineken, Silva, Ciuc Premium, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, Edelweiss (import), Zipfer (import), Gösser, Schlossgold, Gambrinus, Harghita și Hațegana.

Fabrici: Heineken deține 4 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.

Valori: Heineken România are trei valori fundamentale care guvernează activitatea grupului la nivel mondial: Respect pentru indivizi, societate și mediu, Bucurie și Pasiune pentru Calitate. Aceste valori reprezintă fundația pe care Heineken își desfășoară activitatea peste tot în lume.

Agenda de sustenabilitate a Heineken Romania: În 2010, Heineken România a lansat 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.

Tot în anul 2010, Heineken România a lansat "Raportul de sustenabilitate", care face parte din programul "Brewing a Better Future". Prin acest raport, compania își informează partenerii asupra rezultatelor din anul 2009 în ariile economic, mediu și siguranță și le prezintă planurile de viitor. Raportul este disponibil pe website-ul companiei, www.heinekenromania.ro

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

Brands Portfolio: Heineken Romania portfolio covers all the segments of the market: Heineken, Silva, Ciuc Premium, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, Edelweiss (import), Zipfer (import), Gösser, Schlossgold, Gambrinus, Harghita and Hategana.

Breweries: Heineken Romania has 4 breweries situated in Constanta, Miercurea Ciuc, Craiova and Targu Mures. The company has 1100 employees, dedicated people who work either in the breweries or in the company' offices.

Values: Heineken Romania has 3 core values that lead Heineken business worldwide: Respect for the individual, society and environment, Enjoyment and Passion for Quality. These values are the basis on which Heineken builds its business all around the world.

Heineken Romania Sustainability Agenda: In 2010, Heineken Romania launched the local component of "Brewing a Better Future" programme, as part of the new Heineken N.V. global Sustainability agenda. The company' 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 2010, Heineken Romania also launched the "Sustainability Report", as part of the "Brewing a Better Future" programme. In this report, the company informs its partners about its performances in 2009 in the economic, environment and safety areas and presents them its future plans. The report is available on the company website, www.heinekenromania.ro





ROMAQUA GROUP

BORSEC



Romaqua Group Borsec este o companie cu capital integral autohton privat, fondată în anul 1999. Totalul investițiilor realizate până în prezent se ridică la peste 190 mil. euro, constând, în principal, în tehnologii și echipamente de vârf la nivel mondial, care să asigure obținerea unui produs finit cu cel mai înalt standard calitativ.

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

Piața principală de desfacere a produselor din portofoliu este cea internă. Astfel, Romaqua Group dispune de o rețea de distribuție bine formată, cu acoperire națională. Tehnologiile utilizate pentru producția de ambalaje PET și îmbuteliere formează 21 de linii complete, având o capacitate totală de îmbuteliere de peste 1 miliard de litri pe an.

Poziția de lider de necontestat pe piața românească a îmbuteliatorilor de apă minerală este susținută de cea mai mare capacitate de producție și îmbuteliere a apei minerale naturale în flacoane din sticlă și PET. 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 11 mărci: apele minerale naturale Borsec, apa minerală naturală Stânceni, apa minerală naturală oligominerală Aquatique, băuturile răcoritoare Giusto, Quick Cola, Lămâița și CICO, cafeaua naturală Metropolitan Caffé, 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. Astfel, s-a investit permanent în tehnologii de ultimă oră, care permit recuperarea unor cantități însemnate de apă și energie, ceea ce conduce la un impact redus asupra mediului înconjurător.

Tehnologia de la fabrica de bere Sebeș înglobează cele mai noi tehnologii disponibile la nivel mondial în anul 2008, obținându-se astfel valori record la economiile de apă, CO₂ și energie. Întreaga cantitate de CO₂ degajată în procesul de fermentare a berii este recuperată și refolosită la îmbuteliere și filtrare. Este vorba de cca. 2.000 de tone CO₂ pe an la o producție de 1.000.000 hl bere. Prin folosirea sistemelor de filtrare Profi, a filtrării cu microfiltre, se înlocuiește kieselgur-ul, substanță obținută din rocă vulcanică.

Romaqua Group Borsec is a Romanian company with 100% private capital, founded in 1999. The overall investments exceeds 190 million euro, mainly consisting of the most updated technologies and equipments in order to assure a final product of the highest quality.

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

Our products are mainly addressed to the Romanian market. Therefore, Romaqua Group has a well trained national distribution network. Romaqua's technology for the production of PET packaging and bottling is made up of 21 complete lines, bringing the total bottling capacity up to over a billion liters per year.

Its undisputed leader position on the Romanian natural mineral water market is sustained by the largest bottling capacity of natural mineral water in PET and glass bottles.

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 Portfolio:

Romaqua Group has 11 brands in its portfolio: Borsec natural mineral waters, Stânceni natural mineral water, Aquatique natural oligomineral water, Giusto, Quick Cola, Lămâița and CICO soft drinks, Metropolitan Caffé natural coffee, 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 Sebeș is equipped with the highest technology, internationally available in 2008, high values being achieved in terms of water, CO₂ and energy savings. The total amount of CO₂ released during beer fermentation process is restored and used again in bottling and filtration. We refer to an amount of 2.000 tonnes of CO₂ per year related to a beer production of 1.000.000 hectoliters. Kieselguhr (volcanic rock dust) is replaced by Profi filtration systems, filtration by microfilters.



URBB

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD

United Romanian Breweries Bereprod

United Romanian Breweries Bereprod este prima companie de bere din Europa de Est care a dezvoltat un proiect de tip greenfield. Din respect pentru consumatori, încă de la începutul activității noastre în România, ne-am propus să le oferim produse de o calitate ireproșabilă. Portofoliul companiei cuprinde exclusiv mărci de bere premium internaționale: Tuborg, Carlsberg, Skol, Holsten și importă berile Guinness și Kilkenny.

Compania a intrat pe piața românească în 1994 și a investit până în prezent peste 215 milioane USD. Fabrica Tuborg este singura unitate de producție a companiei și, în același timp, una dintre cele mai moderne fabrici de bere din România, dar și una dintre cele mai performante fabrici din cadrul grupului internațional Carlsberg A/S. Odată cu dezvoltarea capacității de producție, de la 500.000 de hectolitri în 1997 până la 2.1 milioane hectolitri în prezent, s-au făcut și o serie de modificări ale infrastructurii specifice pentru protecția mediului. Unitatea de producție are autorizație integrată de mediu și este monitorizată conform directivelor europene pentru controlul integrat al poluării.

Valorile care stau la baza activității companiei implică astăzi, la fel ca în primele zile, spiritul de echipă, realizarea sarcinilor cu profesionalism și entuziasm, integritatea, onestitatea și respectul. Deschiderea permanentă a companiei față de consumatori, a adus-o cât mai aproape de oameni iar grija de a oferi românilor produse premium, un mediu înconjurător mai curat și o viață mai bună s-au concretizat în programele pe care compania le-a inițiat încă de la intrarea pe piața autohtonă.

Una dintre politicile companiei este să restituie comunității măcar o parte din susținerea și respectul pe care consumatorii le manifestă față de mărcile sale. De asemenea, ne preocupăm ca produsele URBB să răspundă tuturor standardelor de calitate și să aducă un plus de valoare consumatorilor.

URBB este unul din inițiatorii activităților proactive de protecție a mediului prin programul de responsabilitate socială Umbrela Verde, lansat în 2007, care și-a propus să schimbe mentalitatea greșită „Gestul meu nu contează” și să militeze pentru o Românie curată și verde. În 2010, în parteneriat cu Ministerul Mediului și Pădurilor a fost lansată competiția „Capitala Verde a României”, unul dintre cele mai mari proiecte de mediu din România care se adresează atât autorităților locale, cât și locuitorilor orașelor.

United Romanian Breweries is the first beer company in Eastern Europe that developed a Greenfield project. Out of respect for the consumers, even from the beginning of our activity in Romania we have decided to offer the highest quality products. Our company's portfolio contains exclusively international premium-beer brands: Tuborg, Carlsberg, Skol, Holsten and imported beer brands such as Guinness and Kilkenny.

The company entered the Romanian market in 1994 and has invested so far over 215 million dollars. The brewery is the only site that the company has in Romania being one of the most modern breweries in the country and one of the best five factories comprised in the multinational group Carlsberg A/S. The development of the capacity of production from 500,000 hectoliters in 1997 to 2.1 million hectoliters in present involved making a series of specific changes in the environmental protection infrastructure. The production unit has an integrated environmental permit and is monitored according to European directives on integrated pollution control.

The values behind our daily activities are involving today, as in the past, the team spirit, and handling tasks with Professionalism, Enthusiasm, Integrity, Honesty and Respect. Our permanent openness regarding our customers has brought us closer to people. Our care to offer premium products to all Romanians, and to help keeping a cleaner environment, living a better life, has resulted in programs that the company has initiated since launching.

One of the company's policies is to give back at least a part of the community support and the respect that consumers develop towards its brands. Also, there is a continuous concern so that URBB products meet 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. The CSR objectives are to make a change in which concerns the mentality of the Romanians that „My gesture does not matter” and to convince them that together, we must keep Romania clean by being responsible through the power of the personal example. In 2010, in partnership with Ministry of Environment and Forests was launched “Green Capital of Romania” competition, one of the biggest environment protection programs from Romania, addressed to local authorities and cities inhabitants in the same time.

URSUS *Breweries*



Ursus Breweries este lider pe piața berii din România și parte a SABMiller plc, una dintre cele mai mari companii producătoare de bere din lume.

Cu sediul în București, Ursus Breweries deține fabrici de bere în Timișoara, Buzău, Brașov, va deschide în 2011 o mini-unitate de producție în Cluj-Napoca și are aprox. 1.400 de angajați. Mărcile noastre sunt: URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Azuga, Stejar, Redd's, Grolsch, Peroni Nastro Azzurro, Pilsner Urquell și Miller.

SABMiller plc are participații în companii producătoare de bere sau acorduri de distribuție pe șase continente. Mărcile Grupului includ beri premium internaționale, cum ar fi Grolsch, Miller Genuine Draft, Peroni Nastro Azzurro și Pilsner Urquell și o gamă excepțională de mărci locale lider, cum ar fi Aguila, Castle, Miller Lite, Snow și Tyskie.

Din 1996, când SABMiller a achiziționat în România prima fabrică de bere, Ursus Breweries a parcurs o serie de momente cheie în dezvoltarea sa până la atingerea poziției de lider și, în acest moment, este unul dintre cei mai importanți contribuitori din industria berii la economia românească. Rezultatele unui studiu din 2009 realizat de către Ernst&Young pentru SABMiller arată că Ursus Breweries are o contribuție economică substanțială în România de-a lungul întregului lanț valoric – de la materii prime, producție, distribuție, segmentul de retail până la consumatorul final. Potrivit aceleiași cercetări, 226 milioane de euro din contribuțiile la bugetul de stat au fost generate de producția și vânzarea berilor din portofoliul Ursus Breweries.

Investiția SABMiller în România până în prezent este de peste 375 de milioane de Euro și reflectă preocupările companiei de a satisface cerințele consumatorilor români prin asigurarea calității produselor sale și dezvoltarea unor mărci românești puternice.

10 priorități. Un singur viitor:

Dezvoltarea durabilă – prioritate pentru Ursus Breweries

Ursus Breweries este o companie activă în viața comunităților în care operează, promovând un comportament responsabil pe mai multe planuri.

Prioritatea noastră nr. 1 de dezvoltare durabilă o reprezintă descurajarea consumului iresponsabil de alcool și, în acest sens, am lansat în 2010 programul „Află-ți echilibrul” și website-ul www.desprealcohol.ro. Prin acest site oferim publicului informații echilibrate despre alcool care permit acestuia să ia decizii în cunoștință de cauză atunci când consumă alcool.

Iată 10 priorități de dezvoltare durabilă ale Ursus Breweries:

- ▶ Descurajarea consumului iresponsabil de alcool;
- ▶ Reducerea consumului de apă în procesul de fabricare a berii;
- ▶ Reducerea consumului de energie și a emisiilor de dioxid de carbon;
- ▶ Refolosirea/reciclarea ambalajelor;
- ▶ Intensificarea eforturilor pentru a atinge nivelul de zero pierderi în cadrul operațiunilor de producție;
- ▶ Susținerea antreprenoriatului, transmiterea valorilor noastre tuturor partenerilor de afaceri;
- ▶ Respect pentru drepturile omului;
- ▶ Furnizarea de beneficii comunităților;
- ▶ Contribuția în vederea diminuării efectelor HIV/ SIDA;
- ▶ Transparență în raportarea progreselor înregistrate față de obiectivele asumate din perspectiva priorităților noastre de dezvoltare durabilă.

Ursus Breweries is a leading company on the Romanian beer market and subsidiary of SABMiller plc, one of the world's largest brewers.

With its headquarters in Bucharest, Ursus Breweries operates breweries in Timișoara, Buzău and Brașov and plans to open, in 2011, a mini-brewery in Cluj and it currently employs over 1,400 people. The brands in the Ursus Breweries portfolio are: URSUS, Timișoreana, Ciucas, Azuga, Stejar, Redd's, Grolsch, Peroni Nastro Azzurro, Pilsner Urquell and Miller.

SABMiller plc has brewing interests and distribution agreements across six continents. The group's wide portfolio of brands includes premium international beers such as Grolsch, Miller Genuine Draft, Peroni Nastro Azzurro and Pilsner Urquell, as well as market-leading local brands such as Aguila, Castle, Miller Lite, Snow and Tyskie.

Since 1996, when the SABMiller group acquired its 1st brewery in Romania, Ursus Breweries has passed several milestones in its growth to achieve beer market leadership in Romania and is now one of the most important contributors in the beer industry to the Romanian economy. From a study commissioned by SABMiller and carried out by Ernst & Young in 2009, it is indicated that Ursus Breweries has a substantial economic impact in Romania, across the whole value chain – from raw materials, to production, supply chain, retailers to the end consumer. The report indicated that 226 million Euros of government revenue was due to the production and sale of Ursus Breweries' beer.

Currently, the SABMiller investment in Romania exceeds an amount of 375 million EURO, and is indicative of the company's desire to meet the demands of the Romanian consumer and ensure the quality of its products through supporting the development of strong Romanian beer brands.

10 priorities. One Future.

Sustainable Development – a priority for Ursus Breweries

Ursus Breweries is actively present in the life of the communities where it operates by promoting responsible behaviour across several dimensions. Our No. 1 sustainable development priority is discouraging irresponsible drinking and, to this end, we have launched in 2010 the programme “Find your equilibrium” and the website www.desprealcohol.ro. Through the website we offer people balanced information about alcohol that allows them to make informed decisions when consuming alcohol.

Ursus Breweries' 10 sustainable development priorities are :

- ▶ Discouraging irresponsible drinking;
- ▶ Making more beer but using less water;
- ▶ Reducing our energy and carbon footprint
- ▶ Packaging, reuse and recycling
- ▶ Working towards zero-waste operations
- ▶ Encouraging enterprise development in our value chains
- ▶ Respecting human rights
- ▶ Benefiting communities
- ▶ Contributing to the reduction of HIV/Aids
- ▶ Transparency in reporting on our progress

More information about Ursus Breweries can be found at : www.ursus-breweries.ro



soufflet
malt romania

Soufflet Malt România

Situată în cea mai bună zonă din Europa și CIS, în ceea ce privește cultivarea orzului, Malteries Soufflet și-a stabilit misiunea de a face o combinație perfectă între nevoile consumatorilor de bere și aprovizionarea lor constantă cu produse realizate din materie primă de înaltă calitate.

Sinergia cu Soufflet Agriculture realizată de Divizia Malting ne oferă control total asupra procesului de la selectarea varietăților de semințe și acompaniament agronomic pentru fermieri, la selectarea orzului de bere cu cei mai buni parametri de calitate pentru fabrica de producție Malt, oferindu-ne posibilitatea de a satisface cele mai exigente prescripții ale produsului.

Istoria grupului Soufflet în România

1997: Soufflet Malt România își începe activitatea care include și conducerea a trei fabrici de bere în Pitești, Buzău și Timișoara.

2007: Grupul Soufflet începe construcția unei noi fabrici de bere pe terenul unei ferme.

2010: Sistemul de management al Soufflet Malt România a fost certificat ISO 9001 (Calitatea sistemelor de management), ISO 14001 (Sisteme ecologice de management) și OHSAS 18001 (Sistem de management ocupațional - sănătate și siguranță).

Expertiza Soufflet Agro România

Echipa noastră de agronomi are o vastă experiență în toate domeniile, de la selectarea semințelor la testele tehnice din amonte de procesul de producție și la comercializarea produselor ecologice. Ei oferă consultanță fermierilor în vederea obținerii unui orz de calitate, pentru a avea beneficii în urma investițiilor în procesul de transformare a ovăzului în bere.

În timpul cultivării orzului și după recoltă, agronomii noștri asigură siguranța alimentară a produselor noastre prin implementarea unui sistem cuprinzător de monitorizare a calității și a unui sistem de urmărire a materiei prime.

Producția ultra-eficientă în fabricile de bere Soufflet România

Fabrica din Buzău, situată în mijlocul celui mai bun pământ pentru producția de cereale din România, este dotată cu echipamente de ultimă generație pentru stocarea și curățarea ovăzului, prelucrarea și transformarea acestuia în malț, monitorizarea producției și livrarea lui către fabricile de bere românești. Producția anuală poate ajunge la 106 000 tone de malț Pilsen.

Noua fabrică de malț este dotată cu cele mai performante echipamente care asigură atingerea standardelor de siguranță și de calitate cerute de consumatori.

De asemenea, respectul pentru sănătatea și siguranța la locul de muncă, dar și pentru protejarea mediului înconjurător au stat la baza construcției uzinei. Astfel, încercăm să îmbunătățim constant calitatea procesului de transformare a orzului în malț.

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

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

History of Group Soufflet in Romania

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

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 Buzau starts to produce

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

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 advice the farmers to obtain a good quality of barley with the best return on investments for the „barley to malt” chain.

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

Ultra-efficient production in the malthouse of Soufflet Malt Romania

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

The new malting plant is built with the state-of-the art 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 (APH) **Association of the Hops Producers of Romania (AHP)**

Asociația Cultivatorilor de hamei din România a fost fondată în anul 2004, după privatizarea Întreprinderilor Agricole de Stat, iar în prezent măsoară trei 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 (șpalier) în proprietatea societăților cultivatoare de hamei. Asociația este membru al IHGC din anul 2009.

Asociația deține o secție de peletizare a hameiului de tip 90, cu o capacitate de 500 kg/oră. Aceasta este de ultimă generație și a fost pusă în funcțiune în anul 2007, iar cu această instalație am dorit să prelucrăm, să împachetăm hameiul astfel încât toate caracteristicile dobândite în natură – acizii (α , β , γ), aromele specifice soiurilor și microclimatului de unde provin – să fie păstrate fără intervenție prin procesare. Depozitul frigorific al Asociației asigură păstrarea produsului finit până la livrare. Toate aceste condiții create prin programele SAPARD ne asigură competitivitatea produsului pe acest segment, iar clienții au fost în trecut majoritatea berarilor din PBIR, printre acestea Bere Mureș, Bere Suceava, Bere Azuga, Bere Albrau, dar și companii mari precum Bere Sebeș, Tuborg, Ursus.

Asociația Producătorilor de Hamei din România susține utilizarea ca materiei primă pentru bere a hameiului românesc, care are aceeași calitate ca și cel importat. Noile sisteme sunt în concordanță cu cerințele Uniunii Europene, noile echipamente oferind materie primă sigură și de calitate pentru companiile de bere din România.

The Association of the Hops Producers of Romania was founded in 2004, after the privatization of state agricultural enterprises and it currently consists in three 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 a hop pelletizing section type 90, with a capacity of 500kg/hour. This equipment is the latest generation, and it has been put into operation in 2007 and with this facility we wanted to process and pack the hop so that it keeps its specific natural flavours and acids (α , β , γ) without any intervention. The Association also owns a cold storage that ensures the storage of the product until it's delivered. All these circumstances created by SAPARD ensure product's competitiveness in this segment and most of the customers were in the past PBIR brewers, among them Bere Mureș, Suceava Beer, Beer Azuga Albrau Beer, and large companies as Sebeș, Tuborg, Ursus.

The Association of hops Producers of Romania encourages the usage of Romanian hop as a raw material for beer, which has the same quality as the imported one. The new systems are in line with the E.U requirements, as the new equipment offers raw material of great quality for the Romanian breweries.

Mărcile berarilor noștri / Our members' brands

- Bergembier



- Heineken România



- Romaqua Group



- United Romanian Breweries



- Ursus Breweries



Contact/ Contacts

Asociația Berarii României

DI. 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

Bergenbier

DI. Mihai Ghyka – Director General
Iride Business Park, Bd. Dimitrie Pompeiu nr. 9-9A,
Clădirea 20, Etaj 1, Sector 2, București
Tel: +40 21 243 11 00
Fax: + 40 21 243 10 01
E-mail: office@inbev.ro

Heineken România

DI. Jan Derck van Karnebeek – Managing Director
Str. Tipografilor nr. 11 - 15, Etaj 4, Aripa A2-L, Sector 1, București
Telefon: + 40 21 202 77 00, Fax: + 40 21 316 06 70
E-mail: office@heineken.ro
www.heinekenromania.ro

Romaqua Group

DI. Radu Lăzăroiu – Managing Director
Str. Carpați nr. 46, Borsec, Județul Harghita
Tel: +40 26 633 74 25, Fax: +40 26 633 72 92
E-mail: office@romaqua.ro
www.romaqua-group.ro

United Romanian Breweries Bereprod

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

Ursus Breweries

DI. Gary Whitlie – 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: media.relations@ro.sabmiller.com

Soufflet Malt Romania:

DI. Francois-Xavier D'HOLLANDER - Executive Director
DN2B - KM 9+900 ,BUZAU
Tel. : +40 238 402 861 - Fax : +40 238 402 888
www.soufflet.com

Asociația Producătorilor de Hamei din România

DI. Acațiu Mora - Președinte
Str. Delavrancea nr 23, Târgu Mures
Tel: +40 265- 265 890; Fax: +40 265-266067



www.berariiromaniei.ro

**Recomandăm consumul responsabil
de bere.**